

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan Usaha Kecil

Meningkatkan kompetensi usaha kecil melalui pemberdayaan Usaha merupakan pilar ekonomi masyarakat. Usaha tersebut terkait dengan upaya menggerakkan ekonomi pedesaan dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia disekitarnya. Sumber daya lingkungan serta barang tambang diarahkan untuk meningkatkan taraf penghidupan dan kehidupan rakyat. Sumber daya tersebut sebaiknya dikelola dengan adil, transparan dan berkelanjutan.

Sumber daya alam yang tidak memadai untuk menunjang kehidupan akan menyebabkan konflik dan menghancurkan jaringan sosial manusia. Akibatnya pengembangan kegiatan Usaha Kecil di pedesaan dan kota-kota akan menjadi pilar atau tulang punggung pembangunan ekonomi Nasional. Sistem ekonomi kerakyatan merupakan tatanan ekonomi yang memberi kesempatan kerja dan berusaha seluas-luasnya kepada rakyat untuk mencapai peningkatan kesejahteraan secara merata dan berkeadilan. Pengembangan usaha berskala kecil pada umumnya berada bidang pertanian arti luas (mencakup perkebunan, peternakan, perikanan, hasil hutan); pertambangan; industri dan perdagangan.

Ciri sistem Ekonomi Kerakyatan (EKORA) adalah:

- (1) Penegakan prinsip keadilan dan demokrasi ekonomi, disertai kepedulian terhadap yang lemah;
- (2) Pemihakan, pemberdayaan dan perlindungan terhadap yang lemah oleh semua potensi Bangsa terutama Pemerintah sesuai dengan kemampuannya.

Usaha kecil merupakan jenis usaha yang umumnya berupa sektor informal, seperti pedagang eceran, kaki-lima, petani kecil, dan usaha rumah tangga. Mengingat pentingnya sektor usaha kecil, khususnya dalam menyediakan lapangan pekerjaan, maka sudah sewajarnya apabila sektor usaha ini mendapatkan perhatian untuk lebih dikembangkan sehingga benar-benar dapat menjadi penyangga utama perekonomian Nasional.

Usaha kecil pada umumnya masih mengandalkan modal sendiri dan jarang sekali yang sudah mendapatkan pembiayaan dari sektor Perbankan atau Lembaga Keuangan non-bank. Hal ini disebabkan karena usaha kecil tidak mampu menyajikan informasi yang dipersyaratkan Bank, bahkan usaha kecil sering mendapatkan kesulitan untuk memenuhi persyaratan yang diminta oleh lembaga Perbankan.

B. Strategi Dasar Usaha Kecil.

Strategi perlu dipahami sebelum melakukan kegiatan usaha, maka melakukan pemahaman terhadap kondisi internal dan eksternal atau lingkungan perusahaan sangat diperlukan bagi pengelola usaha kecil. Apabila pelaku usaha mampu memahami kondisi internal perusahaan, maka berarti telah memenangkan 50 persen peperangan tanpa bertempur, dan apabila memahami kondisi eksternal atau kondisi kompetitor perusahaan, maka berarti akan memenangkan lagi peperangan 50 persen sebelum terjadinya pertempuran. Dengan demikian memahami faktor internal dan eksternal sangat penting dalam memenangkan pertempuran atau persaingan suatu bisnis.

Ilmu strategi sangat penting dalam memberdayakan usaha-usaha ekonomi di masyarakat, terutama usaha kecil. Berdasarkan pemahaman kondisi internal dan eksternal perusahaan, maka akan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam bisnis yang dihadapi usaha kecil dewasa ini. Apabila kondisi internal berupa kekuatan melebihi kelemahan perusahaan, dan kondisi eksternal berupa peluang lebih besar dari pada ancaman, maka usaha kecil mampu melakukan strategi pengembangan yang agresif. Sebaliknya apabila kekuatan lebih rendah dari pada kelemahan dan peluang lebih besar dari ancaman, maka usaha kecil akan lebih baik menerapkan strategi putar haluan dalam bentuk alih usaha atau penggabungan dengan usaha kecil lainnya.

Jika kondisi internal berupa kekuatan melebihi kelemahan yang ada, dan kondisi eksternal berupa peluang lebih rendah dari ancaman, maka strategi yang cocok bagi usaha kecil adalah melakukan usaha diversifikasi dalam bentuk penganekaragaman usaha. Sebaliknya apabila kondisi internal berupa kekuatan lebih rendah dari kelemahan, dan kondisi eksternal berupa peluang lebih rendah dari ancaman, maka usaha kecil sebaiknya mengadakan strategi untuk bertahan dalam menghadapi persaingan dunia usaha.

Analisis internal dan eksternal belum merupakan jaminan untuk menjalankan suatu usaha, karena pada dasarnya kemampuan melakukan strategi sangat ditentukan oleh kekuatan spiritual dan budaya dari pelaku ekonomi bersangkutan. Berkaitan dengan badan usaha milik pelaku usaha kecil, kekuatan spiritual merupakan kekuatan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi dalam bentuk semangat juang yang tinggi dalam memenangkan persaingan bisnis. Strategi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan duniawi para pelaku ekonomi dalam usaha kecil tersebut, antara lain dalam implementasinya kepada pemenuhan kebutuhan keluarga, masyarakat, bangsa dan negara.

Usaha kecil sebagai gerakan ekonomi rakyat berperan serta dalam mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur

berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam tata perekonomian nasional; bahwa usaha kecil perlu lebih membangun dirinya serta dibangun menjadi kuat dan mandiri berdasarkan prinsip ekonomi kerakyatan sehingga mampu berperan sebagai tulang punggung perekonomian nasional; bahwa pemberdayaan usaha kecil merupakan tugas dan tanggung jawab Pemerintah dan seluruh masyarakat.

Terwujudnya harapan terbentuknya kesejahteraan masyarakat melalui usaha kecil berarti akan menyelaraskan dengan perkembangan perekonomian nasional, maka diperlukan adanya pengaturan kembali ketentuan tentang usaha kecil dalam suatu Undang-undang sebagai pengganti Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Berdasarkan undang-undang ini yang dimaksud dengan usaha kecil adalah yang memenuhi kriteria:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 miliar;
- c. milik WNI;
- d. berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung, maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar; dan berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

C. Strategi Visi

Keseimbangan pertama terjadi pada kondisi di mana kekuatan visi sama dengan kekuatan spiritual budaya. Semakin tinggi visi suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula dibutuhkan spiritual budaya perusahaan. Visi perusahaan sebagai pelaku ekonomi merupakan sumber penggerak aktivitas ekonomi jangka panjang yang diharapkan. Sedangkan spiritual budaya adalah keyakinan penuh keimanan kepada Tuhan yang maha Esa demi masa depan yang hakiki.

Kekuatan spiritual berdasarkan keimanan merupakan dasar untuk mendapatkan visi yang baik dan terpercaya. Pemimpin yang tidak memiliki spiritual keimanan kuat, maka tidak bisa diharapkan bahwa visi yang diembannya akan mengalami keberhasilan dalam jangka panjang. Pemimpin seperti ini adalah pemimpin transaksional atau pemimpin bayaran, yang memiliki visi sebesar bayaran yang diterimanya. Sedangkan pemimpin transformasional adalah pemimpin sejati yang memiliki visi sebesar keimanan yang diperoleh dari kekuatan Sang Pencipta.

Aktivitas ekonomi akan lebih baik apabila digerakkan dengan dasar-dasar spiritual keimanan yang kuat mulai dari ekonomi rumah tangga hingga ekonomi bangsa. Reformasi birokrasi: Birokrasi ekonomi khususnya usaha kecil direformasi dengan menyeragamkan visi untuk menjadi agen perubahan ekonomi bangsa dengan melakukan kegiatan ekonomi negara yang bersih dan berwibawa melalui kegiatan-kegiatan ekonomi yang kompetitif, memerangi monopoli, meniadakan biaya transaksi yang tinggi, memberikan keamanan dan kenyamanan bagi setiap urusan ekonomi warga negara dan menjalankan visinya untuk semata-mata melayani kepentingan ekonomi publik.

Proses menuju perjalanan aktivitas ekonomi, usaha kecil didirikan baik oleh perorangan maupun oleh badan usaha adalah bertujuan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat terutama kaum lemah dan tak berdaya. Sebagai sebuah lembaga ekonomi yang digerakkan oleh para pelaku usaha kecil, maka usaha kecil memiliki kekuatan yang berakar pada ideologi negara sebagai landasan hukumnya. Terbentuknya usaha kecil bertujuan untuk ikut serta dalam memajukan kesejahteraan masyarakat khususnya padakurang mampu agar ikut serta membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Usaha kecil dalam menjalankan misinya diharapkan penuh dengan kepercayaan diri dan disertai rasa cinta serta pengharapan dalam berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat; memperkuat perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional; berusaha turut serta dalam mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan pilar menuju terbentuknya ekonomi kerakyatan yang tangguh dan mandiri.

Prinsip pengelolaan usaha kecil secara mandiri dalam menjalankan usaha perlu mendapat penekanan, karena merupakan kekuatan spiritual yang menjadikan dasar aktivitas usaha kecil memperoleh makna secara nyata dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, dan berbangsa. Keadilan tersebut merupakan dasar bagi terselenggaranya kesetiaan pengelolaan usaha kecil dalam gerakan ekonomi kerakyatan dan dengan melakukan usaha berlandaskan kerendahan hati, maka usaha kecil akan mampu berkembang baik di masyarakat lokal maupun global.

D. Strategi Misi

Kekuatan duniawi dari misi adalah melaksanakan fungsi-fungsi bisnis dalam usaha kecil sesuai dengan perintah yang tertuang dalam visi sebelumnya. Tolak ukur misi yang sukses adalah seberapa jauh

kekuatan spiritual mengiringi misi tersebut. Keseimbangan antara misi dan harapan merupakan ukuran yang mantap bagi terselenggaranya misi bisnis. Kegiatan ekonomi usaha kecil yang tidak disertai dengan kasih spiritual atas jenis kegiatan ekonomi tersebut, maka pelaku ekonomi hanya sekedar menjalankan misi ekonomi dengan apa adanya, tanpa memiliki kontribusi yang berarti, apalagi komitmen, karena kasih spiritual cinta tidak tertanam dalam perusahaan.

Sangat mudah untuk mencari siapakah yang membuat kegagalan dalam suatu misi perusahaan, kegagalan misi sering terjadi karena dilakukan oleh para kompetitor baik internal maupun eksternal, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam memilih personil yang dijadikan anggota atau memimpin suatu misi perusahaan.

Pergerakan ekonomi kerakyatan harus dilandasi dengan cinta spiritual, untuk meniadakan perbedaan perlakuan antar sesama. Golongan minoritas harus mendapatkan perlakuan yang baik dan atas nama cinta kasih dan spiritual diberikan fasilitas yang sama untuk menggerakkan roda perekonomian. Golongan yang kuat harus menolong golongan yang lemah dengan melalui mekanisme yang diatur oleh undang-undang melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat yang membutuhkan, baik di bidang ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

E. Strategi Tujuan

Tujuan strategi disusun oleh pemilik usaha kecil yang akan menjalani, sedangkan pengharapan adalah suatu karunia dari Tuhan. Pemerintah yang memiliki tujuan suci untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran, serta mengurangi inflasi dan ketimpangan distribusi pendapatan, adalah pemerintah yang harus didukung oleh rakyatnya dan diharapkan akan mampu merealisasikan tujuan tersebut dengan baik. Dengan kesungguhan hati, maka pengharapan akan diperoleh dan tujuan akan tercapai. Pengharapan diberikan terlalu tinggi kepada pemerintah melalui usaha kecil untuk segera mengatasi kemiskinan di daerah terpencil dan harapan tersebut tinggallah harapan, maka terjadilah permasalahan dengan tujuan yang terancam untuk tidak tercapai.

Harapan adalah biaya untuk mendapatkan tujuan dan tujuan adalah manfaat yang niscaya tercapai bila harapan dipenuhi dengan segera. Ketika tujuan usaha kecil yang dicanangkan lebih tinggi daripada harapan yang diperoleh, maka seorang pemimpin membutuhkan dukungan guna memberikan dorongan dan harapan untuk dapat mencapai tujuan ekonomi. Namun ketika tujuan yang dipatok perusahaan lebih rendah dari pada harapan konsumen yang dilayani, maka konsumen meminta perusahaan untuk memperbaiki

tujuan tersebut dan bila perusahaan memahami hal tersebut, dilakukanlah perbaikan atas tujuan yang hendak dicapai dan bahagialah konsumen yang dilayaninya.

Tujuan birokrasi usaha kecil di bidang ekonomi harus direformasi menjadi tujuan untuk memenuhi harapan masyarakat melakukan dekonsentrasi ekonomi dari tingkat pusat ke tingkat daerah, yaitu melalui dikonsentrasi dan debirokratisasi serta desentralisasi di sektor ekonomi.

BAB II

SISTEM EKONOMI KERAKYATAN DAN KARAKTERISTIK USAHA KECIL

A. Sistem Ekonomi Kerakyatan

Pembelajaran utama dalam masa krisis ekonomi 1998 adalah pentingnya mengintegrasikan nilai keadilan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Munculnya era reformasi karena adanya tuntutan bahwa perekonomian sebaiknya dibangun berdasarkan sistem ekonomi kerakyatan.

Komponen utama sistem ekonomi kerakyatan adalah sumber daya manusia sebagai konsumen, sebagai tenaga kerja, dan sebagai pengusaha serta sumber daya alam dan lingkungan hidup termasuk tanah, air dan udara dan lingkungan tempat manusia melakukan aktivitasnya. Berarti sistem Ekonomi Kerakyatan (EKORA) merupakan tatanan ekonomi yang memberi kesempatan kerja dan berusaha seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mencapai peningkatan kesejahteraan secara merata dan berkeadilan. Ciri-ciri sistem ekonomi kerakyatan secara normatif berdasarkan bentuk kebijakan Nasional adalah:

1. Penegakan prinsip keadilan dan demokrasi ekonomi, disertai kepedulian terhadap yang lemah. Sistem ekonomi tersebut harus memungkinkan seluruh potensi Bangsa, baik sebagai konsumen, sebagai pengusaha maupun sebagai tenaga kerja tanpa membedakan suku, agama dan gender dan mendapatkan kesempatan, perlindungan dan hak untuk memajukan kemampuan dalam rangka meningkatkan taraf hidup dan partisipasinya secara aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi termasuk dalam memanfaatkan serta memelihara kekayaan alam dan lingkungan hidup;
2. Pemihakan, pemberdayaan dan perlindungan terhadap yang lemah oleh semua potensi bangsa, terutama pemerintah sesuai dengan kemampuannya. Pemerintah melaksanakan melalui langkah langkah yang ramah pasar, penaggulangan kemiskinan dan pemberdayaan Usaha Kecil (UK) termasuk petani dan nelayan kecil, harus menjadi prioritas, khususnya pemeritah daerah;

3. Pemberdayaan kegiatan EKORA sangat terkait dengan upaya menggerakkan ekonomi pedesaan, melalui pembangunan prasarana dalam mendukung Undang-Undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional.
4. Pengembangan keterkaitan desa-kota sebagai bentuk jaringan produksi dan distribusi yang saling menguntungkan;
5. Pemanfaatan dan penggunaan lahan dan sumber daya alam lainnya seperti hutan, laut, air mineral dilaksanakan secara adil, transparan dan produktif dengan mengutamakan hak-hak rakyat setempat.
6. Penciptaan iklim usaha yang sehat dan intervensi yang ramah pasar dengan menciptakan pasar yang kompetitif untuk mencapai efisiensi yang optimal.

Hubungan kemitraan antara usaha besar dan UK harus berlandaskan kompetensi bukan belas kasihan. Pengertian yang lebih pragmatis merupakan realitas dilapangan sistem Ekonomi Kerakyatan adalah suatu tatanan ekonomi yang terdiri dari sejumlah usaha kecil dengan orientasi usaha untuk memenuhi kebutuhan subsistem, dikelola oleh rakyat, modal dan akumulasinya terbatas, teknologi dan manajemen tradisional, padat karya, dan output produksi yang diperuntukan bagi rakyat lagi. Hal ini memberikan tekanan bahwa EKORA lebih didominasi oleh usaha kecil yang dilakukan oleh rakyat.

Upaya peningkatan ekonomi masyarakat secara nyata harus dilakukan dalam berbagai program pembangunan lintas bidang dan sektor. Pembangunan ekonomi kerakyatan di perkotaan dan pedesaan antara lain usaha industri rumah tangga dan kerajinan, perdagangan barang dan jasa yang berskala kecil, merupakan bagian inti dari pembangunan sistem ekonomi kerakyatan.

B. Karakteristik Usaha Kecil dan Landasan Hukum

Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil tidak secara jelas menyebut usaha mikro/informal. Untuk memperjelas operasional Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 telah dikeluarkan beberapa aturan pelaksanaan berbentuk peraturan pemerintah, instruksi Presiden dan keputusan menteri yang terkait dengan pelaksanaan Undang-undang tersebut seperti dikemukakan berikut ini.

1. Usaha Kecil

Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, usaha kecil adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.1 milyar pertahun serta dapat menerima kredit dari Bank di atas Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta.

Ciri-ciri Usaha Kecil antara lain:

- a. Pada umumnya sudah melakukan pembukuan/manajemen keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha,
- b. SDM-nya sudah lebih maju, rata-rata berpendidikan SMA dan sudah ada pengalaman usahanya,
- c. Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP,
- d. Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat perencanaan bisnis, studi kelayakan dan proposal kredit kepada Bank, sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultasi/pendampingan,
- e. Tenaga kerja yang dipekerjakan antara 5 – 19 orang.

C. Klarifikasi Usaha Kecil

Usaha Kecil mempunyai peran yang sangat vital dalam pembangunan ekonomi. Kondisi ini disebabkan karena intensitas tenaga kerja yang relatif lebih tinggi dan jumlah investasi yang relatif kecil, maka usaha kecil dapat lebih fleksibel dan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Usaha kecil tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan eksternal dan akibatnya dapat tanggap menangkap peluang untuk substitusi impor dan meningkatkan supply (persediaan) domestik.

Pengembangan Usaha kecil dapat memberikan kontribusi pada diversifikasi ekonomi dan percepatan perubahan struktur sebagai prakondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan. Selain itu dalam kaitan dengan investasi modal di usaha kecil jauh lebih tinggi dari pada yang terjadi di perusahaan besar. Berdasarkan hal tersebut maka pengembangan usaha kecil merupakan elemen kunci dalam setiap strategi penciptaan lapangan

kerja dalam negeri. Usaha kecil sebagai pemasok (input) komponen suatu produk dan jasa mempengaruhi daya saing perusahaan besar, sehingga pengembangan Usaha kecil sebagai elemen terpadu dalam strategi daya saing Nasional dan terkait dengan kebijakan kegiatan promosi investasi.

Usaha kecil telah menjadi fokus pemberdayaan baik dari aspek manajemen usaha, jiwa kewirausahaan dan pendanaan untuk mengembangkan usahanya, karena berbagai pertimbangan, dimana usaha kecil merupakan bagian terbesar dari kegiatan perekonomian masyarakat. Apabila dirangkum secara umum ciri-ciri usaha kecil juga mencirikan kelemahan yang perlu diatasi oleh semua pihak, diantaranya adalah:

1. Banyak berlokasi di pedesaan, sub-urban dan kota-kota kecil,
2. Status usaha milik pribadi atau keluarga,
3. Sumber tenaga kerja dari lingkungan keluarga atau lingkungan sosial budaya setempat,
4. Pola kerja sering paruh waktu atau usaha sampingan,
5. Memiliki kemampuan terbatas dalam menerapkan teknologi, atau teknologi sederhana/ tradisional,
6. Pada umumnya manajemen usaha sederhana, tidak ada perencanaan usaha,
7. Administrasi keuangan sederhana, atau tidak ada pemisahan antara keuangan keluarga dan usaha/bisnis,
8. Modal lebih banyak swadana dan berasal dari lingkungan pribadi,
9. Izin usaha sering tidak dimiliki termasuk persyaratan legal lainnya,
10. Interaksi usaha/bisnis sangat terbatas antara sektor hulu dan hilir,
11. Orientasi usaha lebih bersifat subsistem,
12. Pelaku adalah rakyat dengan status sosial ekonomi rendah, khususnya dalam bidang pendidikan,
13. Jaringan usaha baik dengan pelaku ekonomi lain, pemerintah, asosiasi bisnis, lembaga pendidikan maupun lembaga keuangan relatif terbatas atau tidak ada sama sekali.

Tetapi terdapat keunggulan usaha kecil dalam menghadapi guncangan krisis ekonomi, dimana terbukti masih menjadi penyelamat ekonomi nasional yaitu:

1. Penyedia lapangan kerja,
2. Penyedia barang barang murah untuk konsumsi rakyat,

3. Efisiensi dan fleksibilitas menjadi kekuatan yang mampu bertahan hidup,
4. Usaha kecil sebagai pencetak wirausahaan baru.

Dilihat dari kepentingan perbankan usaha kecil adalah segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam meningkatkan intermediasinya, karena usaha kecil mempunyai karakteristik positif dan unik yang tidak selalu dimiliki usaha non-kecil antara lain:

1. Perputaran usaha (*turn over*) umumnya cepat. Kemampuannya menyerap dana yang relatif mahal dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan bisnis/usahanya tetap berjalan bahkan mampu berkembang karena biaya manajemennya yang relatif rendah,
2. Pada umumnya para pelaku usaha kecil tekun, sederhana, serta dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan tepat,

Batasan usaha kecil di Indonesia berdasarkan pada dua unsur utama, yaitu jumlah aset yang dimiliki, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, hasil penjualan pertahun dan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan.

Sementara itu ada kriteria lain bersifat ad-hoc yang mengacu pada omzet yang dipergunakan Departemen Perindustrian dan Perbankan. Hal tersebut telah diperbaiki dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 tgl 29 Januari 2003, dimana tidak menyebutkan nilai aset yang dimiliki usaha kecil. Pokok pikiran yang terkandung dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil juga berkaitan erat dengan iklim usaha yang kondusif, pembangunan ekonomi dan tujuan pembangunan nasional. Seperti diuraikan berikut ini:

1. Usaha Kecil merupakan bagian integral dunia usaha dan kegiatan ekonomi masyarakat yang mempunyai potensi, dan peran yang strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang berdasarkan demokrasi ekonomi.
2. Pemerintah berkewajiban menumbuhkan iklim usaha yang kondusif bagi usaha kecil melalui penetapan, pelaksanaan, dan pengawasan pelaksanaan peraturan perundang-undangan dan kebijaksanaan meliputi :
 - a. Pendanaan;
 - b. Persaingan;
 - c. Prasarana;

- d. Informasi;
 - e. Kemitraan;
 - f. Perizinan usaha dan ;
 - g. Perlindungan.
3. Pembangunan ekonomi nasional dan iklim usaha kecil yang kondusif dalam hal pembinaan, pengembangan, dilakukan bersama-sama antara pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat, meliputi aspek-aspek:
 - a. Produksi dan pengolahan;
 - b. Pemasaran;
 - c. Sumber daya manusia, dan
 - d. Teknologi.
 4. Pemerintah mendorong terciptanya kerjasama (kemitraan) antara usaha menengah, besar dengan usaha kecil atau sesamanya.

Disamping Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil juga ada landasan legal lainnya yaitu No. 32 Tahun 2003 tentang otonomi daerah, dimana tiap-tiap daerah mempunyai kewenangan dalam membuat peraturan daerah dan kebijakan daerah yang dapat mengatur dan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan iklim usaha yang kondusif untuk berkembangnya usaha kecil khususnya dengan memperhatikan aspek-aspek seperti tersebut di atas. Peraturan daerah dan komitmen pemerintah daerah harus lebih berpihak kepada upaya pemberdayaan usaha kecil.

Pelaksanaan di lapangan seperti yang ditetapkan oleh Deperindag Kabupaten Bogor memberi batasan usaha kecil ditinjau dari omzet adalah lebih kecil dari Rp 5 juta. Kondisi ini untuk menampung usaha usaha informal seperti pedagang eceran, atau usaha rumah tangga seperti industri makanan kecil, yaitu kelompok yang mayoritasnya swakarsa (*self-employment*) atau usaha kecil, usaha informal, yang jelas tidak memiliki izin usaha.

Ditinjau dari omzet ada yang disebut usaha usaha kecil, saudagar pasar, dan usaha kecil papan atas, seperti pedagang pengumpul kerajinan yang menampung hasil kerajinan tas dari para pengrajin rumah tangga (sebagai usaha kecil rumah tangga), seperti terdapat di Bojong Karakas, Ciampea sebagai sentra tas kulit imitasi, juga kerajinan keramik di Kotagede Yogyakarta, kerajinan Batik Pekalongan dan industri makan kota Batu Malang. Implikasi dari penggunaan omzet

sebagai kriteria akan meningkatkan jumlah target binaan dibandingkan kriteria berdasarkan undang No. 9 Tahun 1995.

Sebagian besar usaha kecil termasuk dalam usaha yang terdapat di antara strata 1 (satu) dimana keberadaannya berdasarkan pada pertimbangan bisnis. Hanya sebagian kecil yang memiliki jiwa kewirausahaan sehingga strata ini memiliki mobilitas tinggi untuk “masuk dan keluar” pasar. Strata 2 (dua) adalah usaha kecil yang berpotensi menjadi nasabah Bank, dan strata 3-5 umumnya sudah menjadi nasabah Bank. Sasaran binaan usaha kecil yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi usaha yang tangguh dan setelah melalui masa pembinaan masuk ke usaha menengah dengan omzet antara Rp 1 milyar – Rp 5 milyar adalah usaha kecil strata 3, 4, dan 5. Namun apabila dilihat jumlahnya mayoritas usaha kecil berada pada strata 1 (satu) dan 2 (dua) besarnya sekitar 80%. Usaha kecil usaha yang beromzet kurang dari Rp 200 juta, jumlah unit usahanya sekitar 85%. Kemudian jumlah unit kecil dengan omzet antara Rp. 200-500 Juta sekitar 13%, dan sisanya atau usaha menengah dan besar sekitar 2%. Oleh karena itu arah kebijakan pengembangan usaha kecil adalah melakukan pembinaan semua strata. Strata 1 dan 2 menjadi strata 3-5, Sedangkan strata 3-5 menjadi usaha menengah, yang dibina agar mereka memiliki sifat-sifat adaptif, kompetitif, sadar lingkungan usaha, mudah bergerak dan memiliki jiwa kewirausahaan, mandiri, dan inovatif dan berupaya untuk menjadi strata di atasnya.

Ditinjau dari segi investasi Deperindag, menetapkan secara khusus usaha kecil dalam bidang industri:

1. Usaha kecil adalah usaha dengan investasi Rp 5 - Rp 200 juta, diluar investasi tanah dan bangunan.
2. Usaha kecil dengan nilai investasi lebih kecil dari Rp 5 juta, dengan tenaga kerja keluarga, rumah dan tanah merupakan bagian dari modal usaha tidak dihitung sebagai investasi.
3. Usaha menengah dengan nilai investasi Rp 200 juta sampai Rp 1 milyar.

Terdapat tumpang tindih antara usaha kecil dan menengah dalam besaran investasi, dimana dalam undang undang ditetapkan usaha menengah dengan investasi lebih dari satu milyar, sementara di tingkat lapangan antara Rp 200 juta sampai Rp satu Milyar, tetapi juga ada

batasan usaha menengah antara Rp 1-5 milyar menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995.

Mewujudkan pembinaan khususnya dalam pemberian fasilitas perkreditan yang menjadi sasaran lembaga keuangan, adalah usaha kecil yang dapat ditumbuhkan menjadi usaha menengah. Salah satu usaha jenis usaha kecil yang memiliki karakteristik tersendiri adalah ialah usaha kecil yang tidak berbadan hukum, ialah Usaha mikro. Kelompok ini tergabung sebagai kelompok informal, ialah sektor pelaku usaha tetap yang mampu mendapatkan penghasilan walaupun tidak memiliki izin usaha, perjanjian atau kredit keuangan. Fenomena sektor informal muncul karena adanya peningkatan regulasi yang menimbulkan birokrasi yang berbelit dan pada akhirnya menimbulkan beban para pelaku usaha/bisnis kecil, sehingga akhirnya digolongkan pada usaha informal.

Keberadaan pengusaha kecil merupakan wujud kehidupan ekonomi sebagian besar rakyat Indonesia. Pengembangan pengusaha usaha kecil mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural yaitu dengan meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Pengembangan usaha kecil sebagai komponen utama ekonomi kerakyatan merupakan prioritas dan strategik untuk peningkatan pendapatan masyarakat yang dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Melihat uraian di atas maka pantaslah bahwa usaha kecil merupakan pilar ekonomi nasional maupun lokal dipandang dari sudut:

- a. jumlah jenis usaha/bisnis,
- b. jumlah tenaga yang terserap,
- c. kemampuan dalam eksport walaupun diterpa krisis ekonomi,
- d. nilai Produk Domestik Bruto (PDB) dan Produk Domestik Regional (PDRB)

D. Rangkuman

Pengertian EKORA yang merupakan realitas lapangan adalah suatu tatanan ekonomi yang terdiri dari sejumlah usaha-usaha kecil dengan orientasi usaha untuk memenuhi kebutuhan subsistem, dikelola oleh rakyat, modal dan akumulasinya terbatas, teknologi dan manajemen tradisional, padat karya, dan output produksi yang

diperutukan bagi rakyat lagi. Pengertian ini lebih mendekati kepada pengertian usaha kecil. Hal ini memberikan tekanan bahwa EKORA lebih didominasi oleh usaha kecil yang dilakukan oleh rakyat. Untuk membangun perekonomian yang kuat, sehat dan berkeadilan, pembangunan ekonomi harus dilaksanakan berlandaskan aturan yang jelas, etika dan moral yang baik, serta nilai-nilai yang menjunjung tinggi hak asasi manusia, serta persamaan derajat, hak dan kewajiban warga negara.

Usaha kecil adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memiliki aset paling banyak Rp 200 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1 Milyar, menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. BPS dan Depnaker menggunakan kriteria jumlah tenaga kerja, dimana Usaha kecil 5-19 tenaga kerja dan Usaha menengah 20-99 Tenaga Kerja, sedangkan usaha mikro jumlah tenaga kerja 1-4 orang.

Ciri-ciri usaha kecil antara lain: Umumnya sudah melakukan pembukuan/ manajemen keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha; rerata berpendidikan SMA dan sudah ada pengalaman usahanya; umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya; sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat perencanaan bisnis, studi kelayakan dan proposal kredit kepada Bank, sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultasi/pendampingan; tenaga kerja yang dipekerjakan antara 5 – 19 orang.

Usaha usaha kecil telah menjadi fokus pemberdayaan baik dari aspek manajemen usaha, jiwa kewirausahaan dan pendanaan untuk mengembangkan usahanya, karena berbagai pertimbangan, dimana usaha kecil merupakan terbesar dari kegiatan perekonomian masyarakat. Usaha kecil menjadi pilar utama dari ekonomi masyarakat, dipandang dari tingkat penyerapan tenaga kerja. Mengingat hal itu perlu dikembangkan kelompok usaha kecil menjadi anggota koperasi dan menjadi bagian dari gerakan pengembangan koperasi.

BAB III

USAHA KECIL SEBAGAI PILAR EKONOMI

A. Peranan Usaha Kecil

Berdasarkan ciri-ciri dan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh kelompok usaha kecil, maka kelompok ini merupakan pilar ekonomi nasional maupun lokal dipandang dari sudut:

1. Jumlah jenis usaha/bisnis,
2. Jumlah tenaga yang terserap,
3. Kemampuan ekspor walaupun diterpa krisis ekonomi,
4. Nilai Produk Domestik Bruto (PDB) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Usaha kecil sebagai pilar ekonomi karena menjadi tiang penyangga” bangunan ekonomi” masyarakat. ”Bangunan ekonomi” menjadi kokoh karena ditopang oleh tiang atau pilar yang tangguh, dan tidak mudah keropos dan cepat membusuk karena dibangun dengan pilar berkualitas tinggi sehingga kokoh menahan ”bangunan ekonomi”. Akibatnya apabila bangunan ekonomi dibentuk melalui usaha kecil harus tangguh menahan ”beban bangunan ekonomi nasional” yang ditunjang pula oleh perusahaan besar yang mendapatkan ”input” masukan dari usaha kecil. Maka akan memperkuat daya saing nasional untuk berkompetisi di tingkat global yang diharapkan berdampak pada tingkat kemakmuran bagi masyarakat.

Ketangguhan ekonomi khususnya usaha kecil dapat meningkatkan daya beli masyarakat, dan masyarakat bawah mampu meningkatkan jenjang tingkat pendidikan formal dan non-formal yang lebih tinggi dan mampu memelihara kesehatan serta lingkungan maka diharapkan dapat meningkatkan ”indeks pembangunan manusia Indonesia seutuhnya”.

1. Peranan Usaha kecil dalam Perekonomian Nasional.

Usaha kecil memegang peran penting dalam ekonomi Indonesia baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari penyerapan tenaga kerja dengan terciptanya lapangan usaha. Besarnya peran usaha kecil diuraikan dalam tulisan ”prospek Bisnis usaha kecil dalam Era Perdagangan Bebas dan Otonomi Daerah” dengan mengemukakan data hasil survey yang dilakukan oleh BPS dan Kantor Menegkop & UMKM.

Besarnya peran usaha kecil mengindikasikan bahwa usaha kecil merupakan sektor usaha dominan dalam menyerap tenaga kerja. Ketidak-seimbangan antara usaha kecil dan usaha besar dalam aspek kontribusi terhadap PDB, dapat ditunjukkan bahwa usaha besar yang jumlahnya hanya 0,01% ternyata memberikan sumbangan terhadap PDB sebesar hampir 41% dari PDB sedangkan usaha yang begitu dominan dalam jumlah unit usaha (99,99%) hanya menyumbang 59%, walaupun tetap lebih besar dari usaha besar.

Hasil penelitian lain yang dikemukakan dalam tulisan ini juga menyatakan bahwa dampak krisis ekonomi lebih dahsyat terjadi di perkotaan dibandingkan dengan di daerah pedesaan. Kejadian ini disebabkan pada umumnya Usaha Besar berlokasi di daerah perkotaan. Berarti usaha kecil dapat diharapkan berperanan penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di daerah pedesaan. Berdasarkan pelaksanaan otonomi daerah maka diharapkan usaha kecil menjadi pilar pembangunan ekonomi daerah pula. Bahwa Usaha Kecil telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional.

Jumlah unit usaha kecil terhadap total unit usaha telah meningkat, walaupun persentasenya tetap sebesar 99.8% sejak tahun 2011 sampai tahun 2013. Jumlah tenaga kerja yang terserap meningkat sejak tahun 2011 sebesar 64.7% dan tahun 2013 meningkat menjadi 67.0% berdasarkan data dari BPS dan KemenKop dan UMKM.

2. Peranan Usaha Kecil di Tingkat Lokal.

Peranan usaha kecil dalam penyerapan tenaga kerja: dapat ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang dapat diserap terutama di perdesaan seperti contoh di Kabupaten Kuningan. Menurut Bupati Kuningan melalui Kabag Humasnya dari 8918 unit usaha, mampu menyerap 22.811 tenaga kerja dan nilai investasinya mencapai Rp. 42.565 juta lebih. Sehingga diberikan pelatihan dan bantuan alat industri kecil melalui proyek pengembangan teknologi usaha kecil dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam upaya meningkatkan daya beli masyarakat, agar industri kecil mampu meningkatkan nilai tambah yang akan berdampak terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Kebijakan sektor industri di Kabupaten Kuningan tidak diprioritaskan

kepada industri skala besar, tetapi lebih beorientasi pada pengembangan agroindustri. Kebijakan daerah ini diharapkan akan memunculkan produk-produk industri kecil yang dapat menghasilkan produk unggulan daerah.

Kegiatan pelatihan merupakan salah satu upaya pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia para pelaku usaha industri kecil sehingga memiliki kemampuan dan ketrampilan dalam mengelola usaha sehingga tumbuh dan berkembang mengikuti arus globalisasi. Kasus ini memberikan gambaran komitmen pemerintah daerah dalam memberdayakan usaha kecil melalui kebijakan yang mendorong iklim usaha kondusif.

B. Permasalahan dan Pengembangan Usaha Kecil

1. Penyebab kegagalan usaha kecil

Kegagalan usaha kecil dapat disebabkan oleh beberapa hal di bawah ini:

- a) Kompetensi manajemen yang rendah,
- b) Kurang pengalaman,
- c) Lemahnya kendali keuangan,
- d) Gagal mengembangkan perencanaan strategis,
- e) Pertumbuhan yang tak terkendali,
- f) Lokasi usaha yang buruk,

Kriteria tersebut dapat diuraikan sebagaimana berikut ini:

a. Kurangnya pengelolaan keuangan.

Usaha kecil pada umumnya kurang dalam pengalaman manajemen dan kurang kestabilan dalam pengelolaan keuangan, akibatnya akan menimbulkan kematian yang lebih tinggi dibanding dengan usaha menengah atau besar. Mengetahui penyebab kegagalan usaha kecil dapat digunakan sebagai lahan belajar untuk menghadapi masalah, oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan manajemen dan pengelolaan keuangan untuk menghadapi kegagalan yang dialami.

b. Ketidakmampuan manajemen.

Ketidaktahuan mengelola usaha atau lemahnya pengambilan keputusan merupakan masalah utama kegagalan usaha kecil. Hal ini ada kaitannya dengan pengetahuan manajemen para pebisnis kecil dan tingkat pendidikan pada umumnya yang relatif rendah. Kadang-kadang manajer sekaligus sebagai pemiliknya kurang memiliki

kepemimpinan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjalankan usaha.

c. Kurang pengalaman.

Manajer usaha kecil yang sekaligus menjadi pemilik perlu memiliki pengalaman untuk jenis usaha yang digelutinya. Apabila hanya memiliki modal atau karena sedang tren atau ikut-ikutan berbisnis, misalnya tanaman hias sering gagal karena tidak memiliki pengalaman membudidayakan atau pemeliharaan tanaman hias, atau ikan hias. Kurang pengalaman ini karena ketidakmampuan mendelegasikan sebagian tugasnya kepada orang lain yang dipandang lebih memiliki pengalaman aspek teknis produksi. Idealnya calon wirausahawan harus memiliki ketrampilan teknis mengoperasikan fisik usaha dan memiliki pengetahuan yang memadai, mengkoordinasi dan mengintegrasikan berbagai kegiatan bisnis dan ketrampilan mengelola tenaga kerja untuk meningkatkan kinerja mereka. Kondisi ini yang mendorong perlunya lembaga pendidikan dan pelatihan kewirausahaan melalui inkubator bisnis.

d. Lemahnya kendali keuangan.

Kendala lemahnya pengendalian keuangan merupakan aspek yang menyebabkan kegagalan usaha kecil. Pengendalian keuangan dapat menjadi kunci keberhasilan usaha kecil. Sering sekali pengeluaran untuk keperluan rumah tangga bercampur dengan pengeluaran untuk usaha. Karena itu tertib administrasi harus dilakukan sejak awal. Semua transaksi harus tercatat sehingga dapat dikaji ulang, apakah ada pemborosan pengeluaran yang tidak bermanfaat. Bila *turn over* harian dan penjualan dilakukan secara tunai, maka sebaiknya pembelian juga dilakukan secara tunai.

e. Gagal mengembangkan perencanaan strategis.

Kemampuan menyusun rencana strategis sudah pasti tidak dikenal oleh para pebisnis kecil. Pengetahuan manajemen masih sangat sedikit. Tetapi secara naluri pelaku bisnis kecil dapat mengembangkan strategi walaupun tidak mengenal istilah rencana strategi. Dimungkinkan pelaku usaha kecil dapat menyusun strategi dengan menilai secara realistis potensi bisnis, selain itu mampu membuat produk yang diminati oleh konsumen dan mempunyai nilai yang diminati oleh pelanggan.

Sebagai contoh adalah kasus Arbhila Collection, produsen Pakaian Muslim Anak-anak. Untuk menghindari persaingan ketat dalam bisnis pakaian anak, pemain baru Dony Savinus membidik segmen pasar pengguna pakaian muslim anak. Dalam mengantisipasi permintaan yang meningkat tajam dalam Lebaran, maka 2-3 bulan sebelum bulan puasa, sudah mempersiapkan stock barang. Bahan disesuaikan dengan permintaan konsumen yang lebih menyukai bahan katon. Pengerjaan proses produksi di tempat makloon 1-2 minggu, lamanya proses makloon itu karena sebelum dijahit, usai bahan dipotong diserahkan dahulu ke makloon bordir. Proses produksi menggunakan jasa makloon di daerah Kreo Cileduk, Tangerang sebagai sentra makloon bordir dan menjahit.

Baik biaya untuk bordir maupun menjahit berkisar Rp 4000 – Rp 5000. Setiap periode produksi sebanyak 500 - 600 potong pakaian. Penetapan segmen pasar dan jenis usaha dengan memilih garmen pakaian muslim anak-anak merupakan pilihan strategis yang sangat kreatif dan inovatif yang telah ditetapkan Dony. Apabila memilih jenis usaha pakaian anak-anak sudah banyak pesaingnya terutama yang dari luar negeri dan harganya murah. Kalau mau bersaing disegmen pasar tersebut tidak akan mampu karena harus memiliki modal yang besar. Tetapi disegmen pakaian anak muslim, khususnya perempuan dengan modal awal Rp 40 Juta masih memungkinkan. Dipandang dari segi pesaing juga belum begitu banyak.

Pedagang yang mengambil kulakan dari Arbhila Collection antara lain: Pusat Grosir Cililitan, Pusat Grosir Bogor, Cempaka Mas Jakarta Pusat, Pasar Pal Cimanggis Depok, Padang dan Batam, 80% pembeli adalah Jabodetabek dan sisanya 20% dari luar Jawa. Sasaran pasar juga ditetapkan menengah kebawah.

Hal tersebut merupakan salah satu bentuk perencanaan strategi dari seorang pengusaha kecil. Tidak semua pengusaha kecil memiliki pemikiran perencanaan strategi seperti kemampuan yang dimiliki oleh Dony Savius.

f. Pertumbuhan yang tak terkendali.

Pertumbuhan merupakan sesuatu yang alamiah, sehat dan didambakan oleh semua usaha kecil dan terus begeser ke usaha menengah. Perluasan usaha biasanya memerlukan perubahan dalam semua aspek manajemen, tetapi perubahan yang paling penting

adalah kemampuan managerial. Dengan berkembangnya ukuran dan kompleksitas jenis kegiatan masalah-masalah cenderung mengikutinya, dan manajer yang sekaligus juga pemilik usaha harus belajar menangani hal-hal tersebut. Pertumbuhan yang cepat sering melewati batas kemampuan untuk mengelolanya dan menimbulkan kegagalan dan bahkan "kematian usaha", apalagi dengan tidak terkendalinya aspek keuangan.

g. Lokasi usaha yang buruk.

Untuk jenis bisnis apapun pemilihan lokasi yang tepat sebagian merupakan seni dan ilmu, sama halnya dengan manajemen sebagai ilmu dan seni. Sangat sering lokasi bisnis dipilih tanpa kajian, pengamatan, perencanaan yang layak. Beberapa pemilik bisnis sering memilih lokasi usaha karena ada tempat yang kosong. Lokasi seharusnya dipilih bukan berdasarkan untung-untungan. Hal ini khususnya untuk usaha pengecer, karena daerah kehidupan bisnis penjualan sangat dipengaruhi oleh pemilihan lokasi. Faktor lain yang perlu dipertimbangkan adalah besarnya sewa yang harus dibayar. Meskipun untuk menyewa tidak terlalu penting, tetapi pemilik usaha harus membandingkan antara biaya dan efek lokasi terhadap penjualan. Lokasi memiliki dua hal penting yaitu besarnya biaya dan besarnya penjualan yang dapat dihasilkan.

2. Identifikasi Permasalahan Usaha Kecil

Masalah-masalah yang melekat pada usaha kecil dapat diklasifikasikan menjadi lima aspek:

- a. Permodalan,
- b. Pemasaran,
- c. Teknologi,
- d. Manajemen, dan
- e. Sumber daya manusia

Keterbatasan modal usaha dan akses untuk memperolehnya merupakan masalah klasik yang dihadapi usaha kecil (hasil temuan lapangan melalui wawancara). Walaupun demikian ada pendapat lain dari pelaku bisnis yaitu apabila pengusaha ditambah modal usaha tidak terjamin bahwa modal usaha itu digunakan untuk kegiatan bisnis tersebut, tetapi dipakai untuk keperluan rumah tangga yang mendesak. Kondisi ini terjadi pada usaha kecil (apapun objek usahanya) karena

tidak memiliki modal cadangan untuk menghadapi situasi yang terjadi secara tiba-tiba. Fakta ini menunjukkan bahwa usaha kecil tingkat pendapatannya hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup (subsistem). Ini merupakan ciri khas usaha kecil yang populasinya cukup tinggi. Akan tetapi dari kalangan ini ada yang bertahan dan berkembang menjadi usaha kecil, yang memiliki ketekunan usaha dan pantang menyerah dalam usaha.

Permasalahan usaha kecil pada umumnya terkendala pada modal usaha, padahal skim kredit untuk usaha ini cukup banyak. Namun karena pihak perbankan memberikan persyaratan ketat dalam pemberian kredit, akibatnya kesulitan bagi usaha kecil untuk memenuhinya. Posisi lain pihak perbankan juga menyalurkan kredit berdasarkan kehati-hatian, agar kredit yang disalurkan tidak macet. Selain itu juga muncul adanya gejala lain yang terjadi pemberian kredit murah disalah gunakan oleh usaha kecil jadi-jadian karena dibentuk usaha besar guna mendapatkan kredit dengan bunga murah.

Hal tersebut merupakan kendala yang dapat ditemukan pada tingkat lapangan. Seperti hasil temuan dan wawancara dengan para pejabat pembina untuk mengembangkan usaha kecil di Kabupaten Pekalongan sebagai salah satu kasus antara lain disebutkan bahwa hambatan untuk mendapatkan modal usaha melalui fasilitas kredit dari perbankan, dimana 90% responden menyatakan bahwa:

- (1) Perlu agunan,
- (2) Perlu ada proposal kegiatan usaha,
- (3) Prosedur pengajuan kredit kurang dipahami oleh para pengusaha kecil,
- (4) Bunga bank tinggi,
- (5) Perlu adanya perizinan sebagai aspek legal.

Memperoleh modal dari lembaga keuangan dan non perbankan bagi usaha kecil kendala yang dihadapi paling banyak disebutkan oleh responden pembina usaha kecil (angka dalam kurung adalah persentase responden) sebagai berikut:

- (1) Bunga tinggi (90%),
- (2) Harus ada agunan (90%),
- (3) Lembaga penyanggah dana terbatas (50%),
- (4) Prosedur pengajuan kredit panjang (30%).

(5) Usaha yang ditangani sesuai kehendak penyedia dana, misalnya hanya untuk industri dan kerajinan (30%).

Walaupun jumlah responden kecil, tetapi dapat memberikan indikasi kasar bahwa usaha kecil menghadapi kendala dalam perolehan kredit atau sumber dana dari lembaga non perbankan.

Selain itu kendala dalam pengajuan kredit baik untuk pengajuan pinjaman dari Bank atau Lembaga non perbankan adalah para pengusaha kecil banyak yang belum dapat menyusun proposal untuk pengajuan kredit atau dana bergulir dari pemerintah atau Pengusaha Swasta, sehingga diperlukan adanya bantuan teknis penyusunan proposal. Hal ini telah banyak dilakukan oleh para pembina dan konsultan pendamping.

Kendala lain yang dihadapi oleh usaha kecil adalah pemasaran produk yang ditawarkan hanya bersifat lokal. Jika ada permintaan yang lebih banyak tidak dapat memenuhinya karena keterbatasan modal. Pemasaran produk unggulan selain difasilitasi dari para pembina usaha kecil Agribisnis/Agroindustri, Industri Kerajinan Rumah Tangga dari kayu/logam, dan galian C/tambang, dengan mencari peluang pasar lokal maupun ekspor.

Penyediaan bahan baku industri kerajinan rumah tangga (alas kaki sepatu dan sandal, pakaian, batik, makanan, keramik) banyak tergantung pada penyedia bahan baku. Para penyedia bahan baku ini menjadi distributor, dan penyedia modal usaha (rangkuman hasil wawancara dengan pembina usaha kecil dalam bidang industri dan kelompok pengrajin usaha kecil batik, Kabupaten Pekalongan).

Kendala lain yang menjadi faktor penghambat yang tidak dirasakan oleh pelaku usaha kecil adalah kewirausahaan. Kendala ini sebagai kelemahan internal hanya dapat diobservasi oleh pembina usaha kecil atau para pengamat dan pendukung pemberdayaan usaha kecil. Keberadaan ini ada kaitannya dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah dan perwatakan pribadi kewirausahaan yang terbentuk dalam proses belajar dari pengalaman.

Namun demikian tidak semua pelaku bisnis yang berpendidikan rendah tidak memiliki semangat kewirausahaan. Kreativitas dan inovasi sering terbentuk pada pelaku bisnis yang berpengalaman menekuni bidang usaha. Pada umumnya bidang kerajinan rakyat sangat ditentukan oleh para pengrajin yang memiliki jiwa seni. Contoh-contoh

tersebut dapat diperagakan oleh para pengrajin kerajinan keramik di Kotagede Yogyakarta, Industri makanan dari buah di Kota Batu Malang, atau para pengrajin batik di kabupaten Pekalongan. Umumnya pelaku bisnis ini memiliki jiwa kewirausahaan walaupun pendidikannya relatif rendah, misalnya para pedagang makanan, (pedagang warung makan yang lebih banyak dikunjungi para pelanggan khususnya termasuk nasi bungkus dengan angkringannya, dan banyak bertebaran di berbagai kota besar dan kecil, dengan susunan menu yang kreatif berdasarkan pengalaman dan pengamatan terhadap selera para pelanggan). Pengalaman usaha juga menjadi pencetus tumbuhnya kewirausahaan. Semangat kewirausahaan tidak tumbuh secara instan, ambil contoh dari pelaku bisnis akibat terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) yang beralih menjadi wiraswasta dadakan banyak yang gagal walaupun tingkat pendidikan cukup tinggi.

Kendala lain oleh pengusaha kecil adalah sumber daya manusia seperti terungkap dari para pengusaha batik di Kabupaten Pekalongan. Pengusaha batik Kabupaten Pekalongan dalam wawancara dan *focus group discussion* (FGD) dengan tema “Meningkatkan Daya Saing, Memanfaatkan Peluang untuk Penguatan Pasar Produk-Produk Unggulan Kabupaten Pekalongan”. Salah satu contoh kasus adalah produk batik Pekalongan, dimana yang menjadi kendala utama adalah sumberdaya manusia (SDM) perajin batik di sentra unggulan Wiradesa Kabupaten Pekalongan. Hal ini disebabkan perajin batik sudah mulai tua dan regenerasi perajin tidak terbentuk dari generasi berikutnya, sebab generasi muda tidak tertarik menjadi perajin batik, dimana yang lulusan SMA lebih memilih menjadi karyawan pabrik dari pada perajin batik, ungkap seorang pengusaha batik Pekalongan. Batik Pekalongan hampir 80% dipasarkan di Jakarta yakni Tanah Abang. Ketergantungan Pekalongan sebagai industri batik ke Jakarta begitu erat sebagai jaringan pemasaran batik yang diperkirakan menyerap lebih dari 15.000 orang tenaga kerja. Rata rata produksi batik Pekalongan masih untuk kalangan menengah kebawah atau pasaran Asia Tenggara.

Pasar ini sedikit demi sedikit telah diambil alih oleh produk Cina dengan kualitas relatif lebih baik dan harga lebih murah. Akibatnya diperlukan perluasan pasar, (khususnya produk batik Pekalongan) harus mampu membidik pasar Amerika Serikat dan Jepang, tetapi tuntutannya adalah produk dengan kualitas yang baik. Batik Pekalongan belum

memenuhi permintaan Amerika, Eropa atau Jepang, karena kualitasnya belum mampu menembus kepasar tersebut.

Telah banyak pameran digelar dengan mengikut sertakan perajin, tetapi ketika pembeli dari Amerika, Jepang dan Eropa memesan dalam jumlah besar, perajin tidak dapat memberikan jaminan mutu produk yang baik. Sehingga pengusaha batik harus belajar dari Turki atau Korea Utara untuk meningkatkan kualitas produknya dan dibantu serta difasilitasi oleh Pemerintah Daerah baik Propinsi maupun Kabupaten. Pengusaha batik juga dapat memanfaatkan Jakarta Center City untuk tempat pameran usaha kecil yang strategis dan dapat diakses oleh seluruh dunia, tempat ini menjadi area pameran usaha kecil yang termegah di Indonesia.

Tantangan lain yang dihadapi oleh usaha kecil adalah penggunaan teknologi, salah satunya adalah dengan penggunaan sistem komputerisasi untuk menghasilkan desain produk batik yang dapat dirancang sesuai selera konsumen yang dalam waktu lebih cepat menghasilkan produk, yang terjamin kualitasnya dan kerapihan dengan menggunakan perangkat mesin batik/cetak seperti yang dirintis oleh salah seorang wirausahawan muda dengan berpendidikan tinggi seperti contoh kasus di bawah ini. Menempatkan keahlian untuk menggunakan komputerisasi perlu melakukan studi banding ke perusahaan yang lebih maju atau ke Jepang guna mempelajari segala hal mengenai batik dengan sistem komputerisasi. Pulang dari studi banding diharapkan mampu menggunakan konsep komputerisasi, selain itu juga diperlukan satu perangkat mesin desain batik termasuk cetak buatan negara-negara maju seperti Jepang atau Korea. Produk batik bisa bervariasi mulai dari topi, kaos, jaket, kemeja dan sebagainya. Keunggulan sesuai dengan selera konsumen, bentuk desain, warna, model diharapkan lebih rapih dan dalam waktu yang lebih cepat, seperti kaos hanya diproses dalam waktu 5 menit.

Kendala lain yang dihadapi oleh para pengusaha kecil adalah manajemen usaha yang masih lemah. Kelemahan terjadi karena kurang mampu mengelola potensi diri. Kebanyakan yang memasuki dunia bisnis, namun tak mampu mengukur dirinya sendiri. Keberhasilan seorang pemimpin tergantung pada banyak orang lain sebagai hasil kinerja orang lain. Kemampuan mengukur diri sendiri sebagai pertanda kematangan diri. Oleh karena itu jika sudah berani masuk dalam

kompetisi bisnis, maka penting untuk mengelola usaha dengan baik, harus fokus dan tidak setengah tengah. Sehingga diperlukan cara untuk mengidentifikasi kompetensi atau kemampuan diri. Kompetensi bisa kemampuan berproduksi, mengintermediasi, berelasi dan berafiliasi, dan kemampuan untuk menjual produk. Jika memulai usaha baru maka harus dibayangkan kegagalan, tetapi merupakan sisi lain dari keberhasilan.

Pengalaman menjadi lahan belajar menuju sukses. Tugas seorang pengusaha atau pemimpin adalah kemampuan menggerakkan atau membantu karyawan dalam memelihara hubungan dengan pelanggan, bisa meyakinkan orang lain dan tidak hanya memikirkan diri sendiri saja. Kelemahan lain pengusaha kecil adalah kurang mengenal dan menerapkan sistem perusahaan, merancang strategi pemasaran, SDM, pengaturan sehari-hari kegiatan usaha dan administrasi keuangan atau keluar masuknya modal. Hal ini sangat penting untuk memulai usaha baru. Kelemahan lainnya karena tidak terbangunnya kepemimpinan yang efektif, padahal faktor ini merupakan bagian penting dalam perusahaan kecil.

Kepemimpinan yang kuat sangat diperlukan untuk menghadapi tantangan dan mengikuti perubahan yang ada untuk menunjang cara kerja dan arah kedepan. Permasalahan rendahnya kualitas usaha kecil disebabkan oleh masalah internal dan eksternal. Masalah internal antara lain:

- (1) Belum semua usaha kecil menerapkan nilai bisnis dalam pengelolaannya,
- (2) Masih lemahnya kualitas SDM pengelolaan usaha kecil,
- (3) Skala usaha kecil relatif sangat kecil,
- (4) Kurang tanggap terhadap berbagai perubahan,
- (5) Organisasi dan manajemen belum berjalan dengan baik,
- (6) Terbatasnya akses pasar.

Akibat dari masalah ini banyak usahavkecil yang tidak aktif atau masih aktif tetapi kurang berkembang. Masalah eksternal yang dihadapi usaha kecil diantaranya meliputi:

- (1) Iklim usaha kurang kondusif,
- (2) Belum lancarnya koodinasi, dan sinkronisasi pembinaan,
- (3) Terdapat kecenderungan pengusaha besar untuk mengintegrasikan usahanya dari hulu ke hilir, dan

- (4) Masih rendahnya komitmen pemerintah dalam pembangunan usaha kecil pada khususnya dan ekonomi kerakyatan pada umumnya.

3. Program pengembangan usaha kecil

Peraturan Pemerintah Nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan Penembangan Usaha Kecil mencakup bidang produksi dan pengolahan, pemasaran dan sumberdaya manusia dan teknologi. Pembinaan dan Pengembangan usaha kecil bidang produksi dan pengolahan dilaksanakan dengan:

- a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan,
- b. Meningkatkan rancang bangun dan perekayasaannya,
- c. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong dan kemasan,
- d. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang produksi dan pengolahan.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang pemasaran dilaksanakan dengan:

- a. Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran,
- b. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran,
- c. Menyediakan sarana serta dukungan promosi dan uji coba pasar,
- d. Pengembangan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi,
- e. Memasarkan produk usaha kecil,
- f. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang pemasaran,
- g. Menyediakan rumah dagang dan promosi usaha kecil,
- h. Memberikan peluang pasar.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang sumber daya manusia dilaksanakan dengan:

- a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan,
- b. Meningkatkan ketrampilan teknis dan manajerial,
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan dan konsultasi usaha kecil,
- d. Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan usaha kecil,
- e. Menyediakan modul manajemen usaha kecil,

f. Menyediakan tempat magang, studi banding dan konsultasi usaha kecil,

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang teknologi dilaksanakan dengan:

- a. Meningkatkan kemampuan di bidang teknologi produksi dan pengendalian mutu,
- b. Meningkatkan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru,
- c. Memberikan insentif kepada usaha kecil yang menerapkan teknologi baru dan melestarikan lingkungan hidup,
- d. Meningkatkan kerjasama dan teknologi,
- e. Meningkatkan kemampuan dalam memenuhi standarisasi teknologi,
- f. Menumbuhkan dan mengembangkan lembaga penelitian di bidang desain dan teknologi bagi usaha kecil,
- g. Menyediakan tenaga konsultan profesional dibidang teknologi,
- h. Memberikan bimbingan dan konsultasi berkenaan dengan hak kekayaan intelektual.

Hal-hal yang disebutkan di atas dalam pembinaan dan pengembangan usaha kecil hanya bersifat normatif. Jika PP tersebut dilaksanakan dengan konsisten oleh pemerintah tentunya usaha kecil sudah akan maju sekali dan dapat memberikan jauh lebih besar sumbangannya pada kesejahteraan rakyat dan jumlah rakyat miskin akan jauh lebih jecil dari kenyataan sekarang. Prospek bisnis usaha kecil dalam era perdagangan bebas dan otonomi daerah sangat tergantung pada upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan bisnis usaha kecil. Berdasarkan kaitan ini pemerintah kembali diuji konsitensi keberpihakannya pada usaha kecil.

Salah satu upaya kunci adalah menciptakan iklim kondusif bagi usaha kecil, dalam mencapai iklim usaha yang kondusif bagi usaha kecil diperlukan lingkungan kebijakan yang transparan dan tidak membebani usaha kecil secara financial yang berlebihan, berupa pungutan dan perizinan dengan prosedur yang rumit dan menghambat kegiatan usaha kecil. Dalam kaitan ini kembali pemerintah khususnya pemerintah daerah diuji konsistensi dan keberpihakannya pada usaha kecil dengan menghapuskan pungutan liar dan memberikan pelayanan jasa terhadap usaha kecil dalam melaksanakan kegiatan bisnis.

Selain menciptakan iklim usaha yang kondusif juga harus diarahkan pada pengembangan program usaha kecil yang berorientasi pasar. Hal ini berarti pertumbuhan usaha kecil ditentukan oleh produktivitas usaha kecil yang berkelanjutan. Fokus usaha kecil yang berorientasi pasar mencakup 4 unsur pokok:

- (1) Pengembangan lingkungan bisnis yang kondusif bagi usaha kecil,
- (2) Pengembangan lembaga-lembaga finansial yang bisa memberikan akses kredit kepada usaha kecil yang transparan,
- (3) Pelayanan jasa-jasa non-finansial kepada usaha kecil yang lebih efektif,
- (4) Pembentukan aliansi strategis antar usaha kecil dan usaha kecil dengan usaha besar dan BUMN/BUMD dan luar negeri.

Pemerintah telah menyusun program Pemberdayaan Usaha Kecil diantaranya:

- a. Program Penciptaan Iklim Usaha Bagi usaha kecil yang bertujuan memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan dan non diskriminatif bagi kelangsungan dan peningkatan kinerja usaha kecil. Menciptakan iklim usaha kondusif, untuk mendorong investasi dan perkembangan usaha kecil, dengan kegiatannya:
 - 1) Penyerdahanaan ijin investasi dan pengembangan sistem pelayanan perijinan satu pintu;
 - 2) Penyempurnaan Undang-undang Usaha kecil;
 - 3) Penyederhanaan perijinan dalam bentuk registrasi usaha bagi usaha kecil.
- b. Program Pengembangan Sistem Pendukung dengan tujuan mempermudah, memperlancar dan memperluas akses usaha kecil kepada sumberdaya produktif agar mampu memanfaatkannya kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya lokal serta menyesuaikan skala usaha sesuai dengan tuntutan efisiensi. Sistem pendukung dibangun dengan melalui pengembangan pendukung/penyedia jasa pengembangan usaha yang terjangkau, semakin tersebar dan bermutu untuk meningkatkan akses usaha kecil terhadap pasar, dan sumber daya produktif, seperti SDM, modal, pasar, teknologi dan informasi termasuk mendorong peningkatan intermediasi lembaga keuangan, dengan kegiatan:

- 1) Pengembangan skema kredit untuk modal kerja dan investasi termasuk anjak piutang, leasing dan modal ventura;
 - 2) Penyediaan modal awal bagi pengusaha pemula;
 - 3) Mengembangkan dan penyehatan lembaga keuangan mikro (LKM), Bank maupun non Bank termasuk KSP dan USP dan lembaga keuangan mikro lainnya dan pemberian insentif bagi LKM dan KSP/USP dalam pembentukan sistem jaringan, dan penyusunan landasan hukum bagi LKM;
 - 4) Percepatan sertifikasi tanah saha kecil yang sedang mengajukan kredit;
 - 5) Pengembangan Rencana Bisnis (*Business plan*);
 - 6) Pengembangan skema penjaminan kredit bagi usaha kecil untuk memperbesar peluang akses permodalan;
 - 7) Pengembangan jaring usaha, beberapa kegiatan yang dilakukan adalah promosi produk usaha kecil melalui:
 - (a) Misi dagang,
 - (b) Pameran-pameran,
 - (c) Pengembangan pusat promosi bisnis (*trading house*),
 - (d) Informasi pasar berbasis teknologi informasi (*ecommerce*);
 - 8) Perlindungan status badan hukum, kemudahan perizinan;
 - 9) Peningkatan kemampuan manajemen dan penguatan permodalan yang didukung penjaminan secara selektif;
 - 10) Pembentukan sistem jaringan antar BPR, dan Bank Syariah dan Bank Pemerintah atau Swasta agar terjalin kerjasama keuangan;
 - 11) Perluasan sumber pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) misalnya:
 - (a) Layanan penjaminan kredit,
 - (b) perluasan peran modal ventura;
 - 12) Peningkatan kemampuan lembaga penyedia jasa meliputi:
 - a). Jasa usaha, teknologi dan informasi bagi usaha kecil,
 - b). Penciptaan sistem jaringan melalui penguatan manajemen secara partisipatif dan kompetitif,
- c. Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan kompetitif dengan tujuan mengembangkan jiwa dan semangat kewirausahaan dan meningkatkan daya saing usaha kecil sehingga pengetahuan serta sikap wirausahawan yang semakin berkembang, produktivitas meningkat, wirausahawan baru berbasis pengetahuan dan teknologi

meningkat jumlahnya, dan ragam produk unggulan usaha kecil semakin berkembang. Beberapa kegiatan yang dilakukan adalah:

- (1) Pembudayaan kewirausahaan,
- (2) Penataan dan revitalisasi lembaga pengembangan kewirausahaan dan pendidikan dan pelatihan,
- (3) Pemagangan,
- (4) Pemberian apresiasi untuk memacu inovasi.

Pengembangan inkubator dengan kegiatan:

- (1) Penyiapan pedoman pengembangan Inkubator,
- (2) Pengembangan Inkubator Model,
- (3) Pengembangan pengelola Inkubator,
- (4) Fasilitasi temu bisnis antara inkubator dan lembaga pendukung inkubator,
- (5) Fasilitasi pertemuan nasional dan international sebagai sarana berbagi pengalaman dalam pengembangan Inkubator.

Peningkatan sumber daya manusia melalui program kewirausahaan, dimana pembangunan spirit kewirausahaan menjadi suatu kebutuhan yang mendesak, karena beberapa alasan seperti dikemukakan oleh Rhenald Kasali dengan mengutip pemikiran dari para pakar kewirausahaan:

- (a) Dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang dapat menyerap tenaga kerja,
 - (b) Banyak melahirkan kreativitas dan inovasi,
 - (c) Seringkali meningkatkan kualitas kompetisi yang berujung pada nilai tambah bagi masyarakat,
 - (d) Menurunkan biaya dan waktu yang timbul akibat ketidakpastian,
 - (e) Kesejahteraan pada dasarnya sebuah *created wealth* dan bukan *inherited wealth*
 - (f) Untuk Indonesia sudah tidak memiliki sumberdaya yang berlimpah lagi karena sudah habis terkuras, karena berbagai sebab, bahkan Indonesia sudah mengajukan permohonan pengunduran diri dari keanggotaan di OPEC.
- d. Program Pengembangan Usaha Kecil, dengan tujuan meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi disektor informasi yang berskala usaha kecil, terutama yang masih berstatus keluarga miskin dalam rangka memperoleh pendapatan yang tetap, melalui upaya peningkatan kapasitas usaha

sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri, berkelanjutan dan siap untuk tumbuh dan bersaing dengan:

- (1) penyelenggaraan dukungan teknis dan pendanaan yang bersumber dari berbagai instansi pusat, daerah dan BUMN yang terkoordinasi, profesional dan institutional,
 - (2) fasilitasi dan pemberian dukungan untuk pembentukan wadah organisasi bersama diantara usaha kecil, termasuk ; pedagang kali lima, baik dalam bentuk koperasi, maupun asosiasi usaha lainnya dalam rangka meningkatkan posisi tawar dan efisiensi usaha,
 - (3) Penyediaan dukungan pengembangan usaha kecil tradisional dan; pengrajin melalui pendekatan pembinaan sentra-sentra produksi/klaster disertai dukungan prasarana dan sarana yang makin memadai,
 - (4) Penyediaan dukungan dan kemudahan untuk ;pengembangan usaha ekonomi produktif bagi usaha mikro/sektor informal dalam upaya mendukung ekonomi pedesaan di daerah kantong kemiskinan,
 - (5) Penyediaan dukungan dan pembinaan dalam memulai usaha baru termasuk pendaftaran dan atau perizinan lokasi usaha, dan perlindungan usaha serta peniadaan pungutan tidak resmi,
 - (6) Peningkatan kapasitas kelembagaan dan kualitas layanan Lembaga Keuangan Mikro,
 - (7) Pelatihan budaya usaha dan kewirausahaan dan bimbingan teknis manajemen usaha,
 - (8) Penyediaan infrastruktur dan jaringan pendukung usaha kecil seta kemitraan usaha.
- e. Program Peningkatan Kualitas Kelembagaan usaha kecil, dengan tujuan meningkatkan kualitas kelembagaan usaha kecil agar mampu tumbuh dan berkembang secara sehat sesuai dengan jatidirlinya menjadi wadah kepentingan bersama bagi pelaku usaha untuk memperoleh efisiensi dan kolektif, sehingga citra usaha kecil menjadi semakin baik. Pemberdayaan usaha kecil diarahkan pada upaya:
- (1) Membenahi dan memperkuat tatanan kelembagaan dan organisasi usaha kecil di tingkat awal, selanjutnya menciptakan iklim dan lingkungan usaha yang kondusif bagi kemajuan usaha kecil serta kepastian hukum yang menjamin terlindunginya usaha kecil dari praktik persaingan yang tidak sehat,

- (2) Meningkatkan pemahaman, keperdulian dan dukungan stakeholder kepada usaha kecil, dan
- (3) Meningkatkan kemandirian usaha kecil.

C. Rangkuman

Usaha kecil memegang peranan penting dalam ekonomi Indonesia baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi tingkat penyerapan tenaga kerja dan sumbangannya terhadap PDB nasional. Besarnya peranan usaha kecil dapat ditelaah di tingkat lokal Kabupaten/Kota. Bahwa Usaha Kecil telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional ditunjukkan oleh data berikut:

- (a) Jumlah unit usaha meningkat,
- (b) Jumlah tenaga kerja yang terserap tetap tinggikan terus meningkat,
- (c) Sumbangan terhadap PDB: juga meningkat, dan
- (d) Nilai meningkat walaupun persentasenya relatif tetap sebesar 99.8%.

Keunggulan usaha kecil dalam menghadapi guncangan krisis ekonomi, dimana terbukti masih menjadi penyelamat ekonomi nasional karena:

- (a) Penyedia lapangan kerja,
- (b) Penyedia barang-barang murah untuk konsumsi rakyat,
- (c) Efisiensi dan fleksibilitas menjadi kekuatan yang mampu bertahan hidup,
- (d) Usaha kecil sebagai pencetak wirausahawan baru.

Kegagalan usaha kecil dapat disebabkan oleh faktor-faktor antara lain:

- (a) Kompetensi manajemen yang rendah,
- (b) Kurang pengalaman,
- (c) Lemahnya kendali keuangan,
- (d) Kurang mampu mengembangkan perencanaan usaha (business plan) strategis,
- (e) Pertumbuhan yang tak terkendali,
- (f) Lokasi usaha yang buruk,
- (g) SDM yang kurang handal.

Kebanyakan usaha kecil disebabkan kurangnya pengalaman manajemen dan kurangnya kestabilan keuangan usaha kecil akan menimbulkan kematian yang lebih tinggi dibandingkan dengan usaha menengah atau besar. Mengetahui sebab penyebab kegagalan usaha

kecil dapat digunakan sebagai lahan belajar untuk menghadapi masalah tersebut.

Pemberdayaan usaha kecil harus lebih difokuskan pada peningkatan sumber daya manusia di masyarakat. Oleh karena itu perlu didorong tumbuhnya lembaga diklat yang lebih menekankan pada program wirausahawan. Pembinaan kewirausahaan menjadi suatu kebutuhan yang mendesak, karena berbagai alasan antara lain:

- (a) Dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang dapat menyerap tenaga kerja,
- (b) Banyak melahirkan kreativitas dan inovasi,
- (c) Seringkali meningkatkan kualitas kompetisi yang berujung pada nilai tambah bagi masyarakat.

Penciptaan iklim usaha yang kondusif juga harus diarahkan pada pengembangan program usaha kecil yang berorientasi pasar. Hal ini berarti pertumbuhan usaha kecil ditentukan oleh produktivitas, dan yang berkelanjutan. Fokus usaha kecil yang berorientasi pasar mencakup 4 unsur pokok:

- (1) Pengembangan lingkungan bisnis yang kondusif bagi usaha kecil,
- (2) Pengembangan lembaga-lembaga finansial yang bisa memberikan akses kredit kepada usaha kecil yang transparan,
- (3) Pelayanan jasa-jasa non-finansial kepada usaha kecil yang lebih efektif,
- (4) Pembentukan aliansi strategis antar usaha kecil dan usaha kecil dengan usaha besar dan BUMN/BUMD dan luar negeri.

BAB IV

STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA KECIL

A. Dasar Pemberdayaan

Terciptanya keseimbangan antar manusia merupakan tuntutan untuk menjaga keadilan dengan penuh kesetiaan dan rendah hati. Keadilan merupakan amanat dari Tuhan Yang Maha Kuasa dan sudah terbentuk sejak bumi diciptakan, demikian halnya kesempurnaan, sudah bersemayam pada diri manusia sejak dilahirkan di bumi ini. Perubahan terjadi akibat manusia merubah dirinya sendiri dengan melakukan perusakan diri dan lingkungan, sehingga terjadi ketidakseimbangan alam.

Pemberdayaan usaha kecil adalah merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan sistem ekonomi dengan adil dan setia, di mana pemerintah melakukan peran sertanya sebagai katalisator perubahan, sedangkan pelaku ekonomi itu sendiri yang memiliki kewajiban untuk menjaga keseimbangan ekonomi dalam jangka panjang. Keseimbangan yang dimaksud adalah keseimbangan antara unsur strategis dan unsur spiritual, sehingga diperlukan adanya keseimbangan strategik spiritual.

Pemberdayaan usaha kecil merupakan upaya demokratisasi ekonomi yang memiliki jiwa keadilan sosial yang tinggi, kesetiaan kepada negara dan bangsa, serta kerendahan hati bagi semua pihak yang terlibat baik para pelaku ekonomi maupun masyarakat. Tekad yang kuat untuk memberdayakan ekonomi kerakyatan ini adalah juga merupakan suatu kepercayaan yang memiliki tingkat kecintaan kepada tanah air dan bangsa serta harapan yang besar bagi terlaksananya pembangunan secara merata dan berkesinambungan.

Mengingat bahwa masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi; dan sesuai dengan amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, maka Usaha Kecil perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.

Terbentuknya aktifitas dalam rangka lebih menekankan pemberdayaan Usaha Kecil, perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu

meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Kecil dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Tuntutan perlunya perkembangan lingkungan perekonomian yang semakin dinamis dan global, Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang hanya mengatur Usaha Kecil perlu disempurnakan, agar Usaha kecil di Indonesia dapat memperoleh jaminan kepastian dan keadilan usaha; dan bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud, maka perlu membentuk Undang-Undang tentang pemberdayaan Usaha Kecil.

Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

B. Strategi Ekonomi

Kegiatan ekonomi harus didorong semaksimal mungkin, baik di dalam keluarga, masyarakat maupun perekonomian bangsa, karena dengan terdorongnya kegiatan ekonomi tersebut akan semakin berkembang rasa suka cita di seluruh masyarakat. Suka cita adalah suasana bathin yang terpancar dalam wujud kebahagiaan mampu untuk membuat pelaku ekonomi meningkatkan kinerja ekonominya dengan lebih baik. Sebagai bagian dari kehidupan, maka kebahagiaan mampu untuk menggerakkan kegiatan ekonomi keluarga, masyarakat dan bangsa yang pada gilirannya akan mampu pula untuk mempertahankan kinerja ekonomi tersebut dalam jangka panjang.

Posisi dimana nilai kebahagiaan adalah lebih tinggi dari pada nilai kinerja ekonomi yang dicapai oleh suatu bangsa, maka pelaku ekonomi akan secara antusias berusaha keras untuk mencapai peningkatan kegiatan ekonomi dengan kebahagiaan yang dimiliki. Sebaliknya pada saat kebahagiaan tidak muncul dari peredaran aktivitas ekonomi, maka kinerja ekonomi akan menurun drastis dan masyarakat akan kurang bergairah dalam membangun perekonomian negara dan bangsanya.

Usaha kecil diharapkan harus bertumbuh dan berkembang minimal lebih tinggi dari pertumbuhan permintaan kebutuhan pokok pelakunya. Apabila kebutuhan pokok penduduk bertumbuh dengan lima persen per tahun, maka pertumbuhan ekonomi harus dicapai minimal sebesar lima persen untuk menjadikan kebutuhan ekonomi tercapai dengan tingkat stabilitas ekonomi yang tinggi.

Berdasarkan tuntutan reformasi birokrasi, maka aktivitas usaha kecil boleh dilaksanakan oleh aparat pemerintah dalam bentuk sektor formal dan informal di dalam birokrasi, artinya aparat boleh menjalankan aktivitas ekonomi sebagai upaya meningkatkan kepedulian kepada masyarakat dan keluarga. Misalnya dosen-dosen pemerintah dibolehkan mengajar di tempat lain, dokter pemerintah boleh praktik di masyarakat, dan sebagainya sejauh hal tersebut dilakukan secara suka keterbukaan dan tidak melanggar hukum yang berlaku.

Strategi pengembangan usaha kecil harus memiliki visi ke depan yang jelas dan misi yang terus dikomunikasikan dengan berbagai pihak penyelenggara pemerintahan daerah dan pusat. Dalam rangka penerapan otonomi daerah, maka peran penyelenggara ekonomi daerah sangat penting dalam menentukan kebijakan usaha kecil di daerah setempat, sehingga diperlukan komunikasi yang intens antar pihak yang terlibat.

Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Kecil sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Iklim Usaha adalah kondisi yang diupayakan Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk memberdayakan Usaha Kecil secara sinergis melalui penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar Usaha Kecil memperoleh pemihakan, kepastian, kesempatan, perlindungan, dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya.

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Kecil melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Kecil.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan memilah-milah segmen konsumen ke dalam segmentasi geografis, demografis, sosiografis, dan psikografis. Selanjutnya antar segmen tersebut dilakukan target pasar yang secara potensial memiliki prospek bagi pengembangan usaha kecil di kemudian hari. Berdasarkan target konsumen tersebut dilakukan *positioning* yang mengarah pada difokuskannya pengembangan bisnis usaha kecil dalam ekonomi masyarakat dan nasional akan dikembangkan.

Pembiayaan adalah penyediaan dana oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat melalui bank, koperasi, dan lembaga keuangan bukan bank, untuk mengembangkan dan memperkuat permodalan Usaha Kecil.

Penjaminan adalah pemberian jaminan pinjaman Usaha Kecil oleh lembaga penjamin kredit sebagai dukungan untuk memperbesar kesempatan memperoleh pinjaman dalam rangka memperkuat permodalannya.

Kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Kecil dengan Usaha Besar.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan memberikan peran aktif bagi pelaku usaha kecil untuk mendapat proyek dan peluang bisnis yang diprioritaskan untuk diselenggarakan oleh pemerintah setempat dengan memperhatikan kemampuan, kemauan, dan kebiasaan para pelaku ekonomi yang tergabung dalam usaha kecil tersebut.

Usaha Kecil berasaskan: kekeluargaan; demokrasi ekonomi; kebersamaan; efisiensi berkeadilan; berkelanjutan; berwawasan lingkungan; kemandirian; keseimbangan kemajuan; dan kesatuan ekonomi nasional. Usaha Kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

C. Strategi Pemberdayaan

Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil adalah penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Kecil untuk berkarya dengan prakarsa sendiri; perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan; pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Kecil; peningkatan daya saing Usaha Kecil; dan penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan melakukan strategis bisnis melalui upaya memberikan harga yang sesuai dan kompetitif, memberikan produk dan atau jasa yang diminati oleh konsumen, memberikan distribusi yang merata ke target pasar yang dituju, serta melakukan promosi yang sesuai melalui iklan, promosi penjualan, penjualan perorangan, maupun melalui publikasi ke berbagai daerah dan berbagai media yang cocok untuk itu.

Tujuan Pemberdayaan Usaha Kecil adalah mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan; menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Kecil menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan meningkatkan peran Usaha Kecil dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

D. Strategi Hukum

Kepastian hukum membawa berkah bagi pemberdayaan usaha kecil, masyarakat dan bangsa, karena hukum sebagai kewajiban yang harus dijalankan oleh aparat hukum suatu negara, haruslah dilaksanakan sesuai dengan berkah yang dikehendaki atau yang diinginkan oleh warga masyarakat negeri tersebut. Demikian sebaliknya, berkah anugerah yang mengalir dari Tuhan harus diterjemahkan ke dalam pengaruhnya yang positif dan signifikan terhadap kesadaran akan hukum yang berlaku berbasiskan keadilan. Hukum harus ditegakkan dengan membawa berkah bagi seluruh rakyat. Berkah dan hukum adalah bagaikan cermin di mana yang satu mengaca kepada yang lain dan sebaliknya. Pada nilai berkah yang tinggi, maka terdapat kecenderungan bahwa keadilan akan lebih mantap terjaga dan ketidakadilan menurun tajam. Namun pada saat berkah hilang dari masyarakat, maka hukum akan jatuh dan masyarakat mulai melakukan pelanggaran hukum secara sewenang-wenang.

Hukum harus dibawa kepada ketaatan dan kedisiplinan masyarakat untuk melaksanakan kepatuhan peraturan yang berguna bagi rakyat banyak, yaitu peraturan yang mengatur manusia untuk berbuat adil dan mengutamakan kesejahteraan bersama. Hukum harus mengacu kepada kepentingan orang banyak dan meninggalkan kepentingan pribadi atau golongan saja. Atau dengan lain perkataan, hukum harus membawa berkah bagi kita semua.

Berdasarkan reformasi birokrasi di bidang hukum harus direformasi dengan dilakukan proses hukum yang lebih sederhana dan tidak berbelit-belit, sehingga tidak terjadi lagi penangkapan yang salah urus dan penanganan kasus yang berkepanjangan. Reformasi harus dilakukan dengan pengisian acara di formulir yang tidak berlebihan dan memakan waktu lama, sehingga tidak perlu lagi diadakan penahanan yang lama oleh pihak yang didakwa. Kesemuanya harus mengacu pada penegakan hukum sebagai suatu berkah spiritual dan bukan berkah ekonomi yang mengandung unsur untuk mencari keuntungan semata.

E. Penumbuhan Iklim Usaha

Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek: pendanaan; sarana dan prasarana; informasi usaha; kemitraan; perizinan usaha; kesempatan berusaha; promosi dagang; dan dukungan kelembagaan. Dunia Usaha dan masyarakat berperan serta secara aktif membantu menumbuhkan Iklim usaha.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan mengantisipasi iklim usaha yang baik dengan usaha-usaha diversifikasi dan promosi yang mampu meningkatkan pangsa pasar bagi usaha kecil secara keseluruhan maupun secara parsial. Upaya untuk itu dilakukan dengan memperbaiki hubungan dengan mitra kerja, melalui penggarapan konsumen dan pelanggan secara terus menerus.

Aspek pendanaan ditujukan untuk memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi Usaha Kecil untuk dapat mengakses kredit perbankan dan lembaga keuangan selain bank; memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringan sehingga dapat diakses oleh Usaha Kecil; memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah, dan tidak diskriminatif dalam pelayanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan membantu para pelaku Usaha Kecil untuk mendapatkan pembiayaan dan jasa/produk keuangan lainnya yang disediakan oleh perbankan dan lembaga keuangan bukan bank, baik yang menggunakan sistem konvensional maupun sistem syariah dengan jaminan yang disediakan oleh Pemerintah.

Aspek sarana dan prasarana sebagaimana dimaksud ditujukan untuk mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan Usaha Kecil memberikan keringanan tarif prasarana tertentu bagi Usaha Kecil.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan melibatkan peran serta pelaku bisnis lain terutama yang memiliki pengalaman luas di dunia internasional, sehingga diperoleh bekal untuk melakukan usaha secara internasional dan global pula. Di sini dikembangkan usaha patungan dan atau kerja sama yang saling menguntungkan agar diperoleh sinergi dalam dunia usaha secara keseluruhan.

Aspek informasi usaha ditujukan untuk membentuk dan mempermudah pemanfaatan bank data dan jaringan informasi bisnis; mengadakan dan menyebarkan informasi mengenai pasar, sumber pembiayaan, komoditas, penjaminan, desain dan teknologi, dan mutu; dan memberikan jaminan transparansi dan akses yang sama bagi semua pelaku Usaha Kecil atas segala informasi usaha.

Aspek kemitraan ditujukan untuk mewujudkan kemitraan antar Usaha Kecil; mewujudkan kemitraan antara Usaha Kecil dengan Usaha

Besar; mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar-Usaha Kecil; mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antara Usaha Kecil dan Usaha Besar; mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar Usaha Kecil; mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen; dan mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan Usaha Kecil.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan mengadakan kegiatan promosi bersama, kegiatan pengembangan produk bersama, pembagian pasar sesuai dengan daerah masing-masing, dan melakukan upaya penerapan harga yang kompetitif satu sama lain baik antar komositas maupun antar pelaku usaha.

Aspek perizinan usaha ditujukan untuk menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu; dan membebaskan biaya dan atau memberikan keringan perizinan bagi Usaha kecil. Ketentuan lebih lanjut mengenai persyaratan dan tata cara permohonan izin usaha diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan memberikan perijinan yang mudah dan tidak berbelit-belit, karena kalau bisa dipermudah mengapa harus dipersulit dan kalau bisa dipercepat kenapa harus diperlambat. Kesemuanya mengacu pada ketepatan dan kesesuaian dengan akidah yang berlaku di masyarakat setempat.

Aspek kesempatan berusaha ditujukan untuk menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi pertambangan rakyat, lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima, serta lokasi lainnya; menetapkan alokasi waktu berusaha untuk Usaha Kecil di subsektor perdagangan retail; mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta mempunyai warisan budaya yang bersifat khusus dan turun-temurun; menetapkan bidang usaha yang dicadangkan untuk Usaha Kecil serta bidang usaha yang terbuka untuk Usaha Besar dengan syarat harus bekerja sama dengan Usaha Kecil; melindungi usaha tertentu yang strategis untuk Usaha Kecil; mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan oleh Usaha Kecil melalui pengadaan secara langsung; memprioritaskan pengadaan barang atau jasa dan pemborongan kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah; dan memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan menepati janji-janji sebagaimana termuat dalam undang-undang usaha kecil ini dan secara regular hal tersebut dianalisis dan dievaluasi sehingga

pelaksanaan pemberdayaan usaha kecil terus menerus dapat dimonitor secara adil, setia dan rendah hati.

Pelaksanaan ketentuan dilakukan pengawasan dan pengendalian oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Aspek promosi dagang sebagaimana dimaksud ditujukan untuk: meningkatkan promosi produk Usaha Kecil di dalam dan di luar negeri; memperluas sumber pendanaan untuk promosi produk Usaha Kecil di dalam dan di luar negeri; memberikan insentif dan tata cara pemberian insentif untuk Usaha Kecil yang mampu menyediakan pendanaan secara mandiri dalam kegiatan promosi produk di dalam dan di luar negeri; dan memfasilitasi pemilikan hak atas kekayaan intelektual atas produk dan desain Usaha Kecil dalam kegiatan usaha dalam negeri dan ekspor.

Pelaksanaan ketentuan dilakukan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Aspek dukungan kelembagaan ditujukan untuk mengembangkan dan meningkatkan fungsi inkubator, lembaga layanan pengembangan usaha, konsultan keuangan mitra bank, dan lembaga profesi sejenis lainnya sebagai lembaga pendukung pengembangan Usaha Kecil.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan menerapkan fungsi-fungsi bisnis secara terpadu meliputi manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen produksi, dan manajemen pengembangan sumberdaya manusia. Kesemuanya dilakukan dengan menganalisis lingkungan bisnis, lingkungan pasar, memformulasikan ke dalam tindakan jangka pendek, menengah dan panjang serta menerapkan implementasi yang berdaya guna dan berhasil guna.

F. Pengembangan Usaha

Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang: produksi dan pengolahan; pemasaran; sumber daya manusia; dan desain dan teknologi. Dunia usaha dan masyarakat berperan serta secara aktif melakukan pengembangan sebagaimana dimaksud. Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengembangan, prioritas, intensitas, dan jangka waktu pengembangan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dilakukan dengan cara:

- 1) meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi Usaha Kecil;
- 2) memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk Usaha Kecil;

- 3) mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan;
- 4) meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan.

Pengembangan dalam bidang pemasaran dilakukan dengan cara:

- 1) melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran;
- 2) menyebarluaskan informasi pasar;
- 3) meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran;
- 4) menyediakan sarana pemasaran yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang, dan promosi Usaha Mikro dan Kecil;
- 5) memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi;
- 6) menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

Pengembangan dalam bidang sumber daya manusia dilakukan dengan cara:

- 1) memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan;
- 2) meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial;
- 3) membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Strategi pemberdayaan usaha kecil dilakukan dengan memformulasikan keseimbangan antara strategi dengan langkah-langkah yang adil, keseimbangan antara taktik usaha dengan kesetiaan dalam menjalankan usaha, dan menjalankan usaha disertai kerendahan hati bagi setiap pelaku usaha kecil.

Pengembangan dalam bidang desain dan teknologi dilakukan dengan:

- 1) meningkatkan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu;
- 2) meningkatkan kerjasama dan alih teknologi;
- 3) meningkatkan kemampuan Usaha Kecil dan Menengah di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru;
- 4) memberikan insentif kepada Usaha Kecil yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup;
- 5) mendorong Usaha Kecil untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

G. Pembiayaan dan Penjaminan

Pemerintah dan Pemerintah Daerah menyediakan pembiayaan bagi Usaha Kecil. Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan

kepada Usaha Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.

Usaha Besar nasional dan asing dapat menyediakan pembiayaan yang dialokasikan kepada Usaha Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya. Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Dunia Usaha dapat memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, dan mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk Usaha Kecil.

Strategi pemberdayaan Usaha Kecil dilakukan dengan memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pelaku Usaha Kecil untuk memperoleh pembiayaan bagi usahanya baik melalui investasi langsung maupun melalui pemberian lisensi dan prioritas usaha dengan tidak melupakan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha yang ada serta kemampuan, kemauan dan kebisaaan yang diperoleh dari setiap kesempatan bisnis yang tercipta.

Pemerintah dan Pemerintah Daerah dapat memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, keringanan tarif sarana prasarana, dan bentuk insentif lainnya yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan bagi Usaha Kecil.

Perwujudan dalam rangka meningkatkan sumber pembiayaan Usaha Kecil, Pemerintah melakukan upaya:

- 1) pengembangan sumber pembiayaan dari kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank;
- 2) pengembangan lembaga modal ventura;
- 3) pelembagaan terhadap transaksi anjak piutang;
- 4) peningkatan kerjasama antara Usaha Kecil melalui koperasi simpan pinjam dan koperasi jasa keuangan konvensional dan syariah;
- 5) pengembangan sumber pembiayaan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Meningkatkan akses Usaha Kecil terhadap sumber pembiayaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22, Pemerintah dan Pemerintah Daerah:

- 1) menumbuhkan, mengembangkan, dan memperluas jaringan lembaga keuangan bukan bank;
- 2) menumbuhkan, mengembangkan, dan memperluas jangkauan lembaga penjamin kredit;
- 3) dan memberikan kemudahan dan fasilitasi dalam memenuhi persyaratan untuk memperoleh pembiayaan.

Strategi pemberdayaan Usaha Kecil dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepedulian terhadap pengembangan Usaha Kecil dan pengembangan pembangunan

masyarakat kelas menengah ke bawah. Kepedulian ini dapat diwujudkan dengan memberikan kerjasama antar lembaga yang dimiliki akses maupun dengan memberikan kewenangan untuk mengelola pasar atau kesempatan bisnis yang selama ini ditekuni sendiri oleh pihak-pihak yang berkesempatan lebih baik dan lebih dahulu memiliki kesempatan bisnis tersebut.

Dunia Usaha dan masyarakat berperan serta secara aktif meningkatkan akses Usaha Kecil terhadap pinjaman atau kredit dilakukan dengan cara:

- 1) meningkatkan kemampuan menyusun studi kelayakan usaha;
- 2) meningkatkan pengetahuan tentang prosedur pengajuan kredit atau pinjaman;
- 3) dan meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknis serta manajerial usaha.

Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan pemberdayaan Usaha Kecil dalam bidang pembiayaan dan penjaminan dengan:

- 1) memfasilitasi dan mendorong peningkatan pembiayaan modal kerja dan investasi melalui perluasan sumber dan pola pembiayaan, akses terhadap pasar modal, dan lembaga pembiayaan lainnya;
- 2) mengembangkan lembaga penjamin kredit, dan meningkatkan fungsi lembaga penjamin ekspor.

H. Kemitraan

Salah satu usaha membangun kehidupan berbangsa sangat ditentukan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan, oleh karena itu diperlukan usaha-usaha masyarakat yang secara sadar mampu mengubah sikap dan perilaku dalam proses apa yang kita sebut mengintegrasikan niat kepentingan kemitraan sebagai salah satu mengangkat derajat manusia.

Perlu disadari secara penuh bahwa untuk membangun suatu kebiasaan baru bukan sesuatu yang gampang untuk dilaksanakan, ini merupakan kunci bagaimana sebaiknya mengungkit kekuatan berpikir baik secara methodis (otak dan hati) maupun secara non-methodis (hati). Kebangkitan kekuatan pikiran dalam usaha untuk melaksanakan perubahan sikap dan perilaku dimulai dengan semangat niat yang mendorong membangun keinginan untuk menopang penguasaan pengetahuan dan meningkatkan keterampilan.

Strategi pemberdayaan Usaha Kecil dilakukan dengan menata ulang pemikiran spiritual dan jasmani setiap pelaku Usaha Kecil antara lain dengan memberikan peran yang lebih banyak terhadap kesadaran spiritual di alam bawah sadar yang meliputi rasa keadilan, kesetiaan, kerendahan hati. Juga dikembangkan rasa keimanan yang kuat sebagai dasar kepercayaan akan visi yang diembannya dan memberikan segala

kecintaan untuk menjalankan misi Usaha Kecil sampai selesai dan tuntas.

Sesuai dengan konsep pemikiran tersebut, maka membangun organisasi kemitraan sebagai solusi agar mampu bersama-sama mendorong satu kebersamaan dalam proses berpikir untuk memanfaatkan perubahan yang didorong oleh pemahaman kemitraan dari satu pendekatan menguraikan kata kemitraan menjadi bermakna.

Berdasarkan ejaan kata, kemitraan dapat dijabarkan dari huruf menjadi kata yang bermakna untuk mendorong mencari jawaban atas what, why, where, when, who, dan how sebagai daya dorong dalam proses mengintegrasikan kepentingan kemitraan sebagai berikut:

Bertitik tolak dari makna kata, bila dirumuskan menjadi kata bermakna, maka kemitraan adalah suatu strategi bisnis kedalam Kerja sama Ekonomi dengan memanfaatkan sistem informasi dan teknologi web sebagai alat akses untuk pintu masuk dalam usaha meningkatkan akselerasi nilai tambah. Melalui pemahaman tersebut diharapkan mendorong usaha membangun organisasi kemitraan sebagai alat untuk berkarya dalam kebersamaan mewujudkan kebiasaan yang produktif melalui proses integrasi kepentingan.

Melalui pemanfaatan sistem informasi dan teknologi web setiap orang dapat menumbuhkan kebiasaan produktif dimana kebutuhan menambah pengetahuan, keterampilan dan keinginan dapat didorong oleh organisasi kemitraan dengan tujuan:

- 1) mendorong agar berpartisipasi untuk menciptakan sumber penghasilan baru bagi yang bersangkutan;
- 2) mendorong setiap orang berkreasi untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia;
- 3) mendorong setiap orang bukan mencari kerja melainkan menciptakan kerja;
- 4) mendorong kesiapan orang untuk membangun kemitraan dalam dunia bisnis dalam skala Usaha Kecil;
- 5) membangun dan mengembangkan data dan informasi mengenai kegiatan bisnis melalui media internet.

Strategi pemberdayaan Usaha Kecil dilakukan dengan melalui pangkalan data yang disediakan oleh pemerintah untuk setiap kesempatan mengikuti tender yang dibiayai oleh APBD dan atau APBN untuk setiap sektor yang sesuai dengan ruang gerak Usaha Kecil. Setiap pelaku Usaha Kecil ini diberikan informasi yang solid dan terpercaya agar dapat mempersiapkan segala persyaratan untuk ikut dan memenangkan tender dari pemerintah tersebut.

Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha dan masyarakat memfasilitasi, mendukung, dan menstimulasi kegiatan kemitraan, yang saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan.

Kemitraan antar-Usaha Kecil, dan Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan Usaha Besar mencakup proses alih keterampilan di bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumberdaya manusia, dan teknologi.

Menteri dan menteri teknis mengatur pemberian insentif kepada Usaha Besar yang melakukan kemitraan dengan Usaha Kecil melalui inovasi dan pengembangan produk berorientasi ekspor, penyerapan tenaga kerja, penggunaan teknologi tepat guna dan ramah lingkungan, serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan. Kemitraan dilaksanakan dengan pola:

- 1) inti-plasma;
- 2) subkontrak;
- 3) waralaba;
- 4) perdagangan umum;
- 5) distribusi dan keagenan;
- 6) bentuk-bentuk kemitraan lain, seperti:
 - a) bagi hasil,
 - b) kerjasama operasional,
 - c) usaha patungan,
 - d) *outsourcing*.

Pelaksanaan kemitraan dengan pola inti-plasma, Usaha Besar sebagai inti membina dan mengembangkan Usaha Kecil yang menjadi plasmanya dalam:

- 1) penyediaan dan penyiapan lahan;
- 2) penyediaan sarana produksi;
- 3) pemberian bimbingan teknis produksi dan manajemen usaha;
- 4) perolehan, penguasaan, dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- 5) pembiayaan;
- 6) pemasaran;
- 7) penjaminan;
- 8) pemberian informasi;
- 9) pemberian bantuan lain yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas serta wawasan usaha.

Strategi pemberdayaan Usaha Kecil dilakukan dengan menerapkan fasilitas bantuan pengembangan pasar dan pengembangan produk melalui penelitian produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan rakyat banyak serta upaya diversifikasi yang mampu untuk memprediksi permintaan pasar dengan lebih seksama dan berdaya laksana.

Pelaksanaan kemitraan usaha dengan pola subkontrak, untuk memproduksi barang dan/atau jasa, Usaha Besar memberikan dukungan berupa:

- 1) kesempatan untuk mengerjakan sebagian produksi dan/atau komponennya;
- 2) kesempatan memperoleh bahan baku yang diproduksi secara berkesinambungan dengan jumlah dan harga yang wajar;
- 3) bimbingan dan kemampuan teknis produksi atau manajemen;
- 4) perolehan, penguasaan, dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- 5) pembiayaan dan pengaturan sistem pembayaran yang tidak merugikan salah satu pihak;
- 6) upaya untuk tidak melakukan pemutusan hubungan sepihak.

Usaha Besar yang memperluas usahanya dengan cara waralaba memberikan kesempatan dan mendahulukan Usaha Kecil yang memiliki kemampuan. Pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau bahan hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan/atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba. Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.

Pelaksanaan kemitraan dengan pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari Usaha Kecil oleh Usaha Besar yang dilakukan secara terbuka. Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang diperlukan oleh Usaha Besar dilakukan dengan mengutamakan pengadaan hasil produksi Usaha Kecil sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang diperlukan. Pengaturan sistem pembayaran dilakukan dengan tidak merugikan salah satu pihak.

Perwujudan pelaksanaan kemitraan dengan pola distribusi dan keagenan, Usaha Besar dan/atau Usaha Menengah memberikan hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa kepada Usaha Kecil. Apabila Usaha Kecil menyelenggarakan usaha dengan modal patungan dengan pihak asing, berlaku ketentuan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Strategi pemberdayaan Usaha Kecil dilakukan dengan memberikan fasilitas yang mampu untuk menjembatani antara kepentingan rakyat banyak dengan kepentingan segelintir orang, di mana kepentingan orang banyak harus dilayani oleh Usaha Kecil dan kepentingan segelintir orang dapat dilayani secara eksklusif oleh beberapa pelaku bisnis skala besar saja.

Pelaksanaan kemitraan usaha yang berhasil, antara Usaha Besar dengan Usaha , Kecil dapat ditindaklanjuti dengan kesempatan pemilikan saham Usaha Besar oleh Usaha Kecil. Perjanjian kemitraan dituangkan dalam perjanjian tertulis yang sekurang-kurangnya mengatur

kegiatan usaha, hak dan kewajiban masing-masing pihak, bentuk pengembangan, jangka waktu, dan penyelesaian perselisihan.

Perjanjian kemitraan dilaporkan kepada pihak yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Perjanjian kemitraan tidak boleh bertentangan dengan prinsip dasar kemandirian Usaha Kecil serta tidak menciptakan ketergantungan Usaha Kecil terhadap Usaha Besar. Pelaksanaan pemantauan kemitraan, Menteri dapat membentuk lembaga koordinasi kemitraan usaha nasional dan daerah.

Usaha Besar dilarang memiliki dan/atau menguasai Usaha Kecil sebagai mitra usahanya dalam pelaksanaan hubungan kemitraan sebagaimana dimaksud dalam Usaha Menengah dilarang memiliki dan/atau menguasai Usaha Kecil mitra usahanya. Dalam melaksanakan kemitraan para pihak mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia. Pelaksanaan kemitraan diawasi secara tertib dan teratur oleh lembaga yang dibentuk dan bertugas untuk mengawasi persaingan usaha sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Ketentuan lebih lanjut mengenai pola kemitraan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 diatur dengan Peraturan Pemerintah.

I. Koordinasi dan Pengendalian

Menteri melaksanakan koordinasi dan pengendalian pemberdayaan Usaha Kecil. Koordinasi dan pengendalian pemberdayaan Usaha Kecil dilaksanakan secara nasional dan daerah yang meliputi: penyusunan dan pengintegrasian kebijakan dan program, pelaksanaan, pemantauan, evaluasi, serta pengendalian umum terhadap pelaksanaan pemberdayaan Usaha Kecil termasuk penyelenggaraan kemitraan usaha dan pembiayaan Usaha Kecil. Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan koordinasi dan pengendalian pemberdayaan Usaha Kecil diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Usaha Besar yang melanggar ketentuan dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha dan/atau denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) oleh instansi yang berwenang. Usaha Menengah yang melanggar ketentuan dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah) oleh instansi yang berwenang. Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pemberian sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada Peraturan Pemerintah.

Setiap orang yang menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan mengaku atau memakai nama Usaha Kecil sehingga mendapatkan kemudahan untuk memperoleh dana, tempat usaha,

bidang dan kegiatan usaha, atau pengadaan barang dan jasa untuk pemerintah yang diperuntukkan bagi Usaha Kecil dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan pidana denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah).

J. Kesimpulan

Kesimpulan dari strategi pemberdayaan Usaha Kecil adalah kembali pada dikeluarkannya Peraturan Pemerintah sebagai pelaksanaan Undang-Undang ini ditetapkan paling lambat 12 bulan (dua belas) bulan atau 1 (satu) tahun sejak Undang-Undang ini diundangkan. Pada saat Undang-Undang ini mulai berlaku, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Tahun 1995 Nomor 3611) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Strategi pemberdayaan Usaha Kecil pada saat Undang-Undang ini mulai berlaku, semua peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan Usaha Kecil dinyatakan masih berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini. Undang-Undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-Undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Arif, Sritua. 1995. *Dialektika Hubungan Ekonomi Indonesia dan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*. KELOLA. No. 10/IV. hal 29-42.

Bambang Tri Cahyono, 1995. *Ekonomi Koperasi*, Yogyakarta: Andi Offset.

-----, 1996, *Strategi Bisnis Koperasi*, Jakarta: Badan penerbit IPWI.

Dekopin. 2006. *Program Aksi*. Jakarta: Dekopin.

Hamel, G. and Prahalad, C. K. 1989. *Strategic Intent*. Harvard Business Review, Vol. 67, No. 3.

Hamel, G. and Prahalad, C. K. 1994. *Competing for the Future*. Harvard Business School Press

Hatta, Mohammad. 1947. *Penunjuk Bagi Rakyat Dalam Hal Ekonomi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Kebangsaan Pustaka Rakyat.

- Ismangil, W. Priono. 2006. *Menumbuhkan Kewirausahaan Koperasi Melalui Pengembangan Unit Usaha yang Fleksibel dan Independen*. Infokop. 29-XXII. Hal 72-76.
- Jauhari, H. 2006. *Mewujudkan 70.000 Koperasi Berkualitas*. Infokop. No 28-XXII. Hal.1-9.
- Masngudi, 1990. *Penelitian tentang Sejarah Perkembangan Koperasi di Indonesia*. Badan Penelitian Pengembangan Koperasi. Jakarta: Departemen Koperasi.
- Mubyarto, 2002. *Ekonomi Kerakyatan dalam era globalisasi*. *Jurnal Ekonomi Rakyat*. Tahun I No. 7. September.
- , 2003. *Dari Ilmu Berkompentisi ke Ilmu Berkoperasi*. *Jurnal Ekonomi Rakyat*. Th. II. No. 4. Juli 2003.
- Mulawarman, 2007. *Melampaui Pilihan Keberpihakan: Pada UMKM atau Ekonomi Rakyat? Makalah Seminar Regional Tinjauan Kritis RUU Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, oleh Puskopsyah BMT Wonosobo, tanggal 28 Agustus 2007.
- Nugroho, Heru. 2001. *Negara, Pasar dan Keadilan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Prahalad, CK. And Gary Hamel, 1990. *The Core Competence of the Corporation*. Harvard Business Review. May-June. pp 1-12.
- Soetrisno, Noer. 2002. *Koperasi Indonesia: Potret dan Tantangan*. *Jurnal Ekonomi Rakyat*. Th II No. 5 Agustus.
- , 2003. *Pasang Surut Perkembangan Koperasi di Dunia dan Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Rakyat*.
- Stiglitz, Joseph E.. 2006. *Dekade Keserakahan: Era 90'an dan Awal Mula Petaka Ekonomi Dunia*. Terjemahan. Tangerang: Penerbit Marjin Kiri.
- Sularso, 2006. *Membangun Koperasi Berkualitas: Pendekatan Substansial*. Infokop Nomor 28-XXII. Hal 10-18.

Tambunan, Tulus. 2007. *Prospek Koperasi Pengusaha dan Petani di Indonesia Dalam Tekanan Globalisasi dan Liberalisasi Perdagangan Dunia*. Hasil Penelitian. Jakarta: Kerjasama Kadin Indonesia dan Pusat Studi Industri & UKM Universitas Trisakti.

Carunia Mulya Fidausy, Ahli Peneliti Utama Bidang Ekonomi-LIPI, dalam Infokop Nomor 23 XIX, 2003.

Rhenald Kasali,. Pimpinan Program Pascasarjana Manajemen S-3 dan S-2 FEUI, dalam Usahawan No. 05 TH XXXIV Mei 2005 hal 9

Sukarna Wiranta, Staf peneliti pada Pusat penelitian Ekonomi –LIPI, Jakarta dalam majalah Usahawan N0.2 TH XXXIV Februari 2005.

Untung Tri Basuki,2005. *Arah Kebijakan Pembangunan Koperasi untuk Pemantapan Kedudukan Koperasi dalam Perekonomian Nasioanl*, Infokop No. 26 Tahun XX 2005.

Undang-Undang No. 25 Tahun 2000, tentang Program Pembangunan Nasional (Propenas) 1999-2004, yang mengamanatkan bahwa perekonomian dibangun berdasarkan sistem ekonomi kerakyatan, dimana kekuatan ekonomi masyarakat dikembangkan menjadi tulang punggung ekonomi nasional.

Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, tentang Usaha Kecil.

PP Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.

Dekopin akan Kembangkan satu Juta Ha Padi Organik, Tabloid Peluang Usaha, Sarjana lulusan Amereka yang menjadi pengusaha bordir sukses, No. 03 Tahun 2 02 -15 Oktober 2006.

Pusat Informasi Perkoperasian (PIP), No. 2 7 September /Th XXIV/2006 halaman 48.

Infokom Nomor 24 Tahun XX 2004. Editorial Koperasi dalam Perseptif Masa Depan,

Rencana Tindak Jangka Menengah (RTJM) Pemberdayaan KUMKM tahun 2005-2009

BAB V

BUDAYA KEWIRAUSAHAAN

A. Membudayakan Kewirausahaan

Salah satu tujuan yang ingin dicapai dikeluarkannya Inpres No. 4 tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, adalah untuk menumbuhkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang kuat pada masyarakat serta menumbuhkan jumlah wirausaha yang berkualitas, handal, tangguh, dan unggul.

Pembangunan koperasi sebagai badan usaha ditujukan pada perluasan basis usaha, peningkatan mutu sumber daya manusia terutama pengurus, dan pengelola dan anggotanya yang berakhlak mulia termasuk kewirausahaan dan profesionalisme koperasi sehingga dengan kinerja yang semakin sehat, kompetitif dan mandiri, koperasi mampu menjadi bangun usaha utama dalam perekonomian nasional guna memajukan kesejahteraan ekonomi anggotanya, sekaligus memacu kehidupan perekonomian terutama di pedesaan.” (GBHN, 1998:106).

Dalam skala usaha nasional, pembudayaan kewirausahaan dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan dan peran pengusaha kecil, pengusaha menengah dan koperasi termasuk generasi muda perekonomian nasional. Berdasarkan SK Men Kop dan PPK No.: 961/KEP/M/XI/95 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, disebutkan bahwa program pembudayaan kewirausahaan mencakup kegiatan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha kecil, pelaksanaan bimbingan dan konsultasi, pelaksanaan temu usaha dan promosi.

Pembudayaan kewirausahaan untuk prapengusaha, dimaksudkan untuk penumbuhan wirausaha baru bagi generasi muda maupun kelompok-kelompok usaha, sedangkan untuk pengusaha diarahkan pengembangan wirausaha terhadap usaha kecil dan koperasi. Tujuan pengembangan kewirausahaan di kalangan pengusaha kecil dimaksudkan agar mereka dapat menjadi wirausaha yang handal, dengan sasaran utama pada pengusaha kecil yang belum memiliki ciri dan kemampuan sebagai wirausaha handal, kegiatan yang dilakukan berupa pelatihan, bimbingan dan konsultasi, magang dan studi banding serta diberikan bantuan permodalan yang dilakukan secara selektif.

Sedangkan pembudayaan kewirausahaan untuk koperasi ditujukan kepada anggota dan para pengelola koperasi, dan diarahkan

untuk meningkatkan wawasan bisnis, kegiatan yang dilakukan berupa pelatihan, magang, studi banding, dan bimbingan konsultasi dan jika diperlukan dapat diberikan bantuan permodalan. Kegiatan bimbingan dan konsultasi dilakukan untuk memberikan tuntunan dan arahan dalam membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi para pengelola koperasi dan usaha kecil. Kegiatan magang dimaksudkan agar pengelola koperasi dan usaha kecil mendapatkan pengetahuan dan pengalaman secara langsung dengan ikut bekerja pada badan usaha yang sudah berhasil dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan kegiatan studi banding dimaksudkan untuk memperoleh wawasan, pengetahuan serta strategi yang telah dilakukan sehingga badan usaha tersebut mampu mencapai keberhasilan.

Pembudayaan dan pengembangan kewirausahaan ini dapat dilakukan secara tradisional maupun modern. Dikatakan secara tradisional, karena program ini tidak dirancang, dan tidak disadari sebagai program pengembangan kewirausahaan dengan kegiatan berupa magang. Pengembangan kewirausahaan secara tradisional antara lain berupa: (1) magang cara Minang; (2) magang wirausaha cara Cina; (3) magang pola pengecer keliling, dan (4) magang dengan pola usaha angkutan dan jasa lainnya (Salim Siagian, 1995:291).

Dalam pola “magang cara Minang” seseorang yang belajar kewirausahaan bekerja penuh pada mereka yang telah berhasil untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta strategi dalam bidang usaha tertentu. Selama magang ini, calon wirausahawan diperlakukan sebagai mitra usaha dan mendapatkan penghasilan berdasarkan sistem bagi hasil. Dalam pola “magang wirausaha cara Cina” seseorang yang berkeinginan menjadi wirausaha, bekerja secara magang pada perusahaan orang tua atau familinya dan mereka itu diperlakukan sebagai buruh atau karyawan dan diberi bantuan modal.

Dalam pola “pengecer keliling”, seseorang bekerja sebagai buruh atau pedagang keliling untuk menjajakan dagangannya. Alat perlengkapan dagang, misalnya gerobak dan bahan makanan lainnya disediakan oleh majikan. Pedagang ini menyetorkan hasil dagangannya setiap hari dan ia mendapatkan upah dari majikan. Sebagian upah digunakan untuk membayar cicilan gerobak, sehingga dalam jangka waktu tertentu gerobak menjadi miliknya. Sedangkan dalam pola “usaha angkutan” calon wirausaha melakukan magang sebagai kondektur mobil angkutan. Selanjutnya, ia belajar mengemudi dan setelah memperoleh SIM, ia berusaha beralih menjadi pengemudi, dan akhirnya ia berusaha untuk menjadi pemilik pribadi kendaraan angkutan tersebut.

Sedangkan pembudayaan dan pengembangan kewirausahaan secara modern dilakukan dengan perencanaan yang matang, dilaksanakan secara sadar, mempunyai arah dan langkah yang jelas

serta menggunakan bantuan iptek maupun sumber daya yang cukup besar. Pengembangan kewirausahaan secara modern ini dilakukan antara lain dengan: (1) pola inkubator yang dikembangkan oleh UNS dan ITS bekerjasama dengan UNDP; (2) pola Franchise yang dikembangkan oleh Restoran Mc Donald; (3) pola kemitraan usaha kecil yang dikembangkan oleh Yayasan Prasetya Mulia; (4) pola Program Usaha Mandiri dan Kewirausahaan (PUMK) yang dikembangkan oleh Universitas Merdeka Malang; dan (5) pola Penumbuhan Kewirausahaan (program Pemuda Mandiri/Tenaga Kerja Mandiri) yang dilaksanakan oleh Departemen Tenaga Kerja dan Kantor Menteri Negara Pemuda dan Olah Raga.

Pengembangan budaya kewirausahaan dapat juga dilaksanakan oleh Perguruan Tinggi dengan sasaran para mahasiswa dengan tujuan untuk mendorong dan menumbuhkan kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Menurut Jajah Koswara (1997:2-3) ada enam program atau wahana untuk menumbuhkan dan membina budaya kewirausahaan di kalangan mahasiswa, yaitu: (1) Kuliah Kewirausahaan secara Terstruktur; (2) Kuliah Kerja Nyata-Kuliah Kerja Usaha (KKN-KKU); (3) Klinik Konsultasi Bisnis dan Penempatan Kerja; (4) Magang Kewirausahaan; (5) Karya Alternatif Mahasiswa; dan (6) Inkubator Wirausaha Baru.

Untuk membina kewirausahaan dapat dilakukan melalui kegiatan KKN-KKU, di mana para mahasiswa yang sedang ber KKN dapat melakukan kegiatan:

(1) mengadakan pelatihan dorongan berprestasi kepada kelompok-kelompok usaha, koperasi dan usaha kecil, baik yang dilakukan oleh mahasiswa KKN secara mandiri maupun dengan bekerjasama dengan instansi terkait; (2) sebagai pendamping untuk kelompok ekonomi produktif yang bertugas sebagai motivator untuk menumbuhkan minat berusaha; (3) memberikan bimbingan dan pelatihan untuk mengembangkan usaha; (4) bergabung dengan keluarga di lokasi KKN untuk membentuk kelompok kecil ekonomi produktif serta menjadi mitra kerja, pendamping, dan penasehat; dan (5) sebagai penghubung dengan sumber-sumber lain yang diperlukan untuk mengembangkan usaha (Mongid, 1998:19-20). Sementara itu Klinik Konsultasi Bisnis, merupakan wadah untuk mengadakan konsultasi dalam rangka memecahkan permasalahan yang dihadapi para usahawan, khususnya bagi usahawan pemula, termasuk koperasi maupun usaha kecil. Magang Kewirausahaan, merupakan salah satu cara untuk menumbuhkembangkan kewirausahaan dengan cara ikut bekerja pada badan usaha yang sudah berhasil dalam jangka waktu tertentu.

Karya Alternatif Mahasiswa, merupakan salah satu cara untuk mengembangkan bakat, minat, dan ketrampilan, sehingga mahasiswa

memiliki kualifikasi alternatif karier di luar bidang studi yang ditekuninya. Misalnya melalui kegiatan koperasi mahasiswa, keterampilan bidang elektronika, perbengkelan, rental komputer, jasa boga (catering), pemandu wisata, pembawa acara, pelatihan perwasitan, penyelenggaraan kursus tari, kursus dekorasi dan sebagainya. Sedangkan Inkubator Wirausaha Baru merupakan program pembinaan, bimbingan secara intensif maupun bantuan permodalan terhadap koperasi, usaha kecil, maupun kelompok usaha lainnya yang dilakukan oleh perguruan tinggi yang bekerja sama dengan Kantor Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil.

B. Rangkuman

Kewirausahaan merupakan faktor penting untuk meningkatkan kegiatan usaha nasional, khususnya untuk pengusaha kecil menengah maupun koperasi. Kewirausahaan ini merupakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan untuk kegiatan usaha yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dalam rangka meningkatkan pelayanan maupun memperoleh hasil yang lebih baik. Oleh sebab itu, kewirausahaan perlu dibudayakan khususnya untuk koperasi dan usaha kecil dengan harapan produktivitasnya akan semakin meningkat baik jumlah maupun mutunya.

Program pembudayaan kewirausahaan dilakukan melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha kecil, bimbingan dan konsultasi, temu usaha dan promosi, penyediaan dan pendistribusian sarana belajar mandiri, pengenalan dan pengembangan teknologi tepat guna, pemberian akses pasar dan peningkatan pangsa pasar serta pemberian bantuan permodalan secara selektif. Sasaran pembudayaan kewirausahaan ini meliputi pra-pengusaha maupun pengusaha, baik yang dilakukan secara tradisional dengan menggunakan pola magang maupun dengan cara modern dengan menggunakan bantuan iptek maupun sumber daya yang cukup besar. Pembudayaan kewirausahaan dapat juga dilakukan oleh perguruan tinggi dengan sasaran para mahasiswa dengan harapan di kampus dapat tercipta budaya kewirausahaan serta terbinanya kemandirian dan kemampuan kewirausahaan para lulusan perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Asnawi Hassan. (1990). *Antologi Pembangunan Koperasi Indonesia*, Jakarta: Puslatpenkop Departemen Koperasi.

- Anoraga, Panji dan Widiyanti, Ninik. 1992. *Dinamika Koperasi*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arief, Sritua. 1997. *Koperasi Sebagai Organisasi Ekonomi Rakyat, dalam Pembangunanisme dan Ekonomi Indonesia. Pemberdayaan Rakyat dalam Arus Globalisasi*. CSPM dan Zaman. Jakarta.
- Departemen Koperasi dan PPK. (1996) *Petunjuk Teknis Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudidayakan Kewirausahaan*, Jakarta: Balitbang Koperasi dan PPK.
- Drucker, Peter F. 1988. *Inovasi dan Kewiraswastaan, Praktik dan Dasar-Dasar*. Erlangga. Jakarta,
- Hendar dan Kusnadi. 1999. *Ekonomi Koperasi untuk Perguruan Tinggi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- GBHN 1998 beserta Susunan Kabinet Pembangunan VII, Surakarta: Pabelan.
- Haeruman, H. 2000. "Peningkatan Daya Saing Industri Kecil untuk Mendukung Program PEL". Makalah Seminar Peningkatan Daya Saing. Graha Sucofindo. Jakarta.
- Hsrich, Robert D. And Peters, Miskale P. (1992). *Enterpreneurship Starting Developing and Managing a New Enterprise*, New Yersey; Cincinnati.

C. Pengembangan Budaya Kewirausahaan

Kreativitas dan inovasi sebagai modal dasar untuk dapat memelihara kualitas pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, upaya untuk melakukan pengembangan budaya kewirausahaan menjadi penting, khususnya pada jenjang pendidikan tinggi yang diharapkan tidak saja mampu mengubah paradigma berpikir dari *job-seeker* ke *job-creator*, melainkan juga memperbaiki kualitas pelaku ekonomi Indonesia yang mengedepankan kreativitas dan inovasi.

Pendidikan kewirausahaan dapat dipandang sebagai strategi pembudayaan kewirausahaan yang diharapkan sebagai media untuk meningkatkan kompetensi dan kualitas kewirausahaan dan sekaligus sebagai platform untuk penanaman pengusaha baru di mana didalamnya terdapat upaya-upaya untuk melakukan pengenalan

peluang, penyusunan sumber daya dengan mempertimbangkan risiko, dan membangun usaha bisnis Pendidikan kewirausahaan sebagai bagian dari pengembangan kewirausahaan nasional merupakan suatu upaya yang sistematis dan kompleks, hal ini memerlukan sinergitas dari multi pihak.

Pendekatan model *triple helix* yang melibatkan kerja sama diantara tiga unsur perguruan tinggi, pengusaha, pemerintah dapat dipergunakan untuk menanggulangi masalah kompleksitas tersebut sehingga dapat menghasilkan sistem dan pendidikan kewirausahaan yang komprehensif sekaligus memunculkan sosok wirausahawan yang inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhanuddin, 2010, *Mendorong Pertumbuhan Ekonomi melalui Peningkatan Jumlah Mahasiswa : Sebuah Kerangka Penelitian*, Orange Book, Departemen Agribisnis FEM IPB Bogor.
- Chen, Yurong; Wang, Wenhua; Wang Weixing, 2010, Study on Operation Mechanism of University Students' Entrepreneurship Education, *Asian Social Science*, Vol. 6, No. 8; August, pp.48-53.
- Cuervo, Alvaro; Ribeiro Domingo, Roig Salvador, 2011, *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective: Introduction*, Universidad de Valencia, Spain.
- Gimmon, Levi and Levi, Jonathan, 2009, Instrumental Value Theory and Human Capital of Entrepreneurs, *Journal of Economics Issues*, Volume XLIII, No.3, September, pp.715-732.
- Grebel, Thomas; Pyka, Andreas; Hanusch, Horsch, 2003, Evolutionary Approach to the Theory of Entrepreneurship, *Industry and Innovation*, Vol.10, No.4 December, pp.493-514.
- Irawati, Dessy, 2007, *Understanding The Triple Helix Model from The Perspective of the Developing Country: A Demand or A Challenge for Indonesian Case Study?*, MPRA Paper no.5829, pp.1-16.
- Jaafar, Mastura; Aziz, Abdul Rashid Abdul, 2008, Entrepreneurship education in developing country Exploration on its necessity in the construction programme, *Journal of Engineering, Design and Technology*, Vol. 6 No. 2, pp. 178-189.

- Joewono, Handito, 2011, Strategi Pengembangan Kewirausahaan Nasional Sebuah Rekomendasi Operasional, INFOKOP Vol. 19–JULI, pp. 1– 23.
- Mars, Matthew M; Aguilar,Cecilia Rios, 2010, Academic entrepreneurship (re) defined: significance and implications for the scholarship of higher education, *High Education*, 59; pp.44 – 460.
- Mars, Matthew M; Ginther, Mary Beth, 2012, Academic Innovation and Autonomy :An Exploration of Academic Entrepreneurship Education within American Community College and the Academic Capitalist Context, *Community College Review*, 40(1), pp.75-95.
- Najib, Mohammad Farid, 2007, Pengangguran dan Kewirausahaan : Re Orientasi Mahasiswa dari Job-seekers ke Job-creators, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Voume 8 Nomor 1, Februari, pp.156-162.
- Priyanto, Soni Heru, 2009, Mengembangkan Pendidikan Kewirausahaan di Masyarakat, *Andragogia*, Jurnal PNFI ,Volume 1 / No 1– Nopember, pp.57-82.
- Solt, Michael, 2006, Transforming China in the 21st Century Through Entrepreneurship, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, Volume III, Issue 1, pp.1-29.
- Taufik, Tatang Ahmad, 2010, *Kemitraan dalam Pengusatan Sistem Inovasi Nasional* Dewan Riset nasional, Jakarta.
- Yanya, Muhammad Suhaimee; Hakim, Roslan Abdul; Razak, Nor Azam Abdul, 2011, Entrepreneurship Causes Growth or Growth Causes Entrepreneurship? Evidence from Thailand, *International Conference on Business and Economics Research*, IPEDR Vol.16, pp.53-57

BAB VI

JIWA KEWIRAUSAHAAN

A. Sratetgi Menciptakan Inovasi



Melonjaknya jumlah pelaku usaha belakangan ini tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Menggunakan inovasi baru untuk menghadapi persaingan pasar ternyata cukup efektif untuk memenangkan pasar yang ada. Tanpa adanya inovasi dari para pelaku usaha, bisa dipastikan konsumen akan cepat bosan dan bisnisnya pun akan tenggelam di tengah ramainya persaingan. Karena itulah, para pelaku usaha kecil maupun besar dituntut untuk selalu berinovasi baik dalam urusan internal perusahaan maupun untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Untuk melakukan sebuah inovasi, Anda bisa memulainya dari hal-hal yang sederhana. Misalnya saja sebagai berikut:

Sebagian besar pelaku usaha pastinya berusaha untuk menciptakan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya. Strategi ini memang cukup efektif, sehingga produk yang Anda ciptakan memiliki daya saing yang cukup kuat dan mampu bertahan di tengah padatnya persaingan pasar. Selain menciptakan produk baru, Anda juga bisa mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang luar biasa. Dalam hal ini Anda bisa meningkatkan kualitasnya, memperbaharui bentuknya, atau mempercantik kemasan produknya.

- **Manfaatkan teknologi modern**



Strategi inovasi juga bisa Anda jalankan dengan memanfaatkan bantuan teknologi modern dalam setiap proses produksi maupun operasional usaha. Dengan begitu Anda bisa lebih produktif, memiliki daya saing produk yang lebih tinggi, serta bisa lebih teliti untuk mengurangi resiko kesalahan kerja yang disebabkan oleh *human error*.

- **Meningkatkan kualitas SDM**

Untuk menciptakan produk yang inovatif, tentunya dibutuhkan sumber daya manusia yang berkompentensi dan memiliki kreativitas cukup tinggi. Karenanya sebelum merencanakan sesuatu yang inovatif, penting bagi Anda untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan sesuai dengan perkembangan perusahaan. Sebab, tanpa tangan-tangan kreatif, mustahil sebuah produk inovatif bisa tercipta.

- **Tingkatkan Pelayanan**

Disamping strategi inovasi dengan menciptakan sebuah produk, Anda juga bisa menawarkan pelayanan khusus bagi konsumen Anda. Misalnya saja melayani pemesanan secara online, memberikan layanan *delivery order*, serta menawarkan paket *one stop service* untuk memberikan total solusi bagi para konsumen Anda.

Melihat pentingnya strategi inovasi untuk mengatasi persaingan usaha, tidak ada salahnya bila Anda segera mencobanya untuk meningkatkan daya saing bisnis Anda. Jangan pernah berhenti untuk berinovasi, karena para pesaing Anda juga tidak pernah lelah untuk berkreasi. Salam sukses.

Sumber gambar :

1. <http://www.freshnetworks.com/blog/wp-content/uploads/2011/04/innovation.jpg> /

2. <http://www.innovationmanagement.se/wp-content/uploads/2011/04/how-to-begin-the-process-of-open-innovation-kapeleris.jpg>

B.Strategi Menanggulangi Resiko

Mengatasi Resiko Bisnis

Banyak orang berpendapat, bahwa salah satu ciri entrepreneur yaitu berani mengambil resiko. Resiko keluar dari zona kenyamanan yang didapat selama ini, dan masuk ke dalam zona baru yang penuh dengan ketidakpastian. Namun yang perlu digaris bawahi adalah, seorang entrepreneur sukses bukanlah orang yang berani mengambil resiko saja. Tapi mereka juga harus bisa mengelola segala resiko menjadi sebuah peluang baru yang menguntungkan.

Untuk memulai usaha memang tidak semudah membalikan telapak tangan. Dibutuhkan keberanian dan strategi bisnis yang matang, sebelum akhirnya masuk ke zona yang serba belum pasti ini. Semua peluang bisnis memang memiliki resiko, walaupun tingkat resiko yang dimiliki berbeda-beda. Ada usaha yang beresiko besar adapula yang resikonya hanya kecil, namun bukan berarti resiko-resiko tersebut tidak bisa diatasi dan diminimalisir.

Berikut langkah-langkah yang perlu Anda perhatikan, untuk mengurangi resiko.

Sebelum memulai usaha, sebaiknya Anda melakukan riset mengenai hambatan-hambatan yang dimungkinkan muncul ditengah perjalanan usaha. Dengan begitu Anda dapat menyiapkan strategi sedini mungkin, untuk mengantisipasi hambatan yang dimungkinkan ada. Misalnya saja resiko persaingan bisnis yang dimungkinkan semakin meningkat.

Pilihlah peluang bisnis sesuai dengan skill dan minat yang Anda miliki, jangan sampai Anda memulai usaha hanya karena ikut-ikutan trend yang ada. Dengan memulai usaha sesuai dengan skill dan minat, setidaknya Anda memiliki bekal pengetahuan dan keahlian untuk mengurangi dan mengatasi segala resiko yang muncul di tengah perjalanan Anda. Hindari peluang usaha yang tidak Anda kuasai, ini dilakukan agar Anda tidak kesulitan dalam mengatasi segala resikonya.

Carilah informasi mengenai kunci kesuksesan bisnis Anda. Hal tersebut bisa membantu Anda untuk menentukan langkah-langkah apa saja yang bisa membuat usaha Anda berkembang, dan langkah apa saja yang tidak perlu dilakukan untuk mengurangi munculnya resiko yang tidak diinginkan.

Sesuaikan besar modal usaha yang Anda miliki dengan resiko usaha yang Anda ambil. Jangan terlalu memaksakan diri untuk mengambil peluang usaha yang beresiko besar, jika modal usaha yang Anda miliki juga masih terbatas.

Kesuksesan bisnis bisa dibangun dengan adanya keteguhan hati yang didukung kreatifitas. Dengan keteguhan hati dalam mencapai

kesuksesan serta kreatifitas untuk mengembangkan usaha dengan ide-ide baru. Maka segala resiko yang muncul bisa Anda atasi dengan baik. Cari informasi tentang prospek bisnis tersebut sebelum mengambil sebuah resiko. Saat ini banyak peluang usaha yang tiba-tiba booming, namun prospek bisnisnya tidak bisa bertahan lama. Hanya dalam hitungan bulan saja, bisnis tersebut surut seiring dengan bergantinya trend pasar. Sebaiknya Anda menghindari jenis peluang usaha seperti itu, karena resikonya cukup besar.

Ketahui seberapa besar tingkat kebutuhan masyarakat akan produk Anda. Semakin besar tingkat kebutuhan konsumen akan sebuah produk, maka akan memperkecil resiko bisnis tersebut. Setidaknya resiko dalam memasarkan produk.

Dari informasi diatas, bisa diambil kesimpulan bahwa semua resiko bisnis bisa diatasi dengan kejelian, ketekunan dan kreatifitas Anda. Oleh karena itu, tingkatkan kemampuan dan pengetahuan Anda dalam menjalankan usaha. Agar segala resiko yang muncul ditengah perjalanan, tidak sampai merugikan bisnis Anda. Sekian informasi dari kami, semoga informasi ini bisa memotivasi Anda agar tidak takut lagi dengan resiko menjalankan usaha. Salam sukses.

Sumber: <http://bisnisukm.com>

Strategi Menghadapi Persaingan

Strategi Inovasi Untuk Mengatasi Persaingan Usaha.

"Melakukan inovasi untuk menghadapi persaingan usaha ternyata cukup efektif untuk memenangkan hati konsumen. Tanpa inovasi, bisa dipastikan konsumen akan bosan."

Melonjaknya jumlah pelaku usaha belakangan ini tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi - inovasi baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Menggunakan inovasi baru untuk menghadapi persaingan pasar ternyata cukup efektif untuk memenangkan pasar yang ada. Tanpa adanya inovasi dari para pelaku usaha, bisa dipastikan konsumen akan cepat bosan dan bisnisnya pun akan tenggelam di tengah ramainya persaingan. Karena itulah, para pelaku usaha kecil maupun besar dituntut untuk selalu berinovasi baik dalam urusan internal perusahaan maupun untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Untuk melakukan sebuah inovasi, Anda bisa memulainya dari hal-hal yang sederhana. Misalnya saja sebagai berikut :

Produk unik dan menarik.

Sebagian besar pelaku usaha pastinya berusaha untuk menciptakan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya. Strategi ini memang cukup efektif, sehingga produk yang Anda ciptakan memiliki daya saing yang cukup kuat dan mampu bertahan di tengah padatnya persaingan pasar. Selain menciptakan produk baru, Anda juga bisa mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang luar biasa. Dalam hal ini Anda bisa meningkatkan kualitasnya, memperbaharui bentuknya, atau mempercantik kemasan produknya.

Manfaatkan teknologi modern.

Strategi inovasi juga bisa Anda jalankan dengan memanfaatkan bantuan teknologi modern dalam setiap proses produksi maupun operasional usaha. Dengan begitu Anda bisa lebih produktif, memiliki daya saing produk yang lebih tinggi, serta bisa lebih teliti untuk mengurangi resiko kesalahan kerja yang disebabkan oleh human error.

Meningkatkan kualitas SDM.

Untuk menciptakan produk yang inovatif, tentunya dibutuhkan sumber daya manusia yang berkompetensi dan memiliki kreativitas cukup tinggi. Karenanya sebelum merencanakan sesuatu yang inovatif, penting bagi Anda untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan sesuai dengan perkembangan perusahaan. Sebab, tanpa tangan-tangan kreatif, mustahil sebuah produk inovatif bisa tercipta.

Tingkatkan Pelayanan.

Disamping strategi inovasi dengan menciptakan sebuah produk, Anda juga bisa menawarkan pelayanan khusus bagi konsumen Anda. Misalnya saja melayani pemesanan secara online, memberikan layanan delivery order, serta menawarkan paket one stop service untuk memberikan total solusi bagi para konsumen Anda.

Melihat pentingnya strategi inovasi untuk mengatasi persaingan usaha, tidak ada salahnya bila Anda segera mencobanya untuk meningkatkan daya saing bisnis Anda. Jangan pernah berhenti untuk berinovasi, karena para pesaing Anda juga tidak pernah lelah untuk berkreasi. Salam sukses.

MENGATASI RESIKO BISNIS

Banyak orang berpendapat, bahwa salah satu ciri entrepreneur yaitu berani mengambil resiko. Resiko keluar dari zona kenyamanan yang didapat selama ini, dan masuk ke dalam zona baru yang penuh dengan ketidakpastian. Namun yang perlu digaris bawahi adalah, seorang entrepreneur sukses bukanlah orang yang berani mengambil resiko

saja. Tapi mereka juga harus bisa mengelola segala resiko menjadi sebuah peluang baru yang menguntungkan.

Untuk memulai usaha memang tidak semudah membalikan telapak tangan. Dibutuhkan keberanian dan strategi bisnis yang matang, sebelum akhirnya masuk ke zona yang serba belum pasti ini. Semua peluang bisnis memang memiliki resiko, walaupun tingkat resiko yang dimiliki berbeda-beda. Ada usaha yang beresiko besar adapula yang resikonya hanya kecil, namun bukan berarti resiko-resiko tersebut tidak bisa diatasi dan diminimalisir. Bagaimana cara mengatasi resiko bisnis? Berikut langkah-langkah yang perlu Anda perhatikan, untuk mengurangi resiko.

Sebelum memulai usaha, sebaiknya Anda melakukan riset mengenai hambatan-hambatan yang dimungkinkan muncul ditengah perjalanan usaha. Dengan begitu Anda dapat menyiapkan strategi sedini mungkin, untuk mengantisipasi hambatan yang dimungkinkan ada. Misalnya saja resiko persaingan bisnis yang dimungkinkan semakin meningkat.



Pilihlah peluang bisnis sesuai dengan skill dan minat yang Anda miliki, jangan sampai Anda memulai usaha hanya karena ikut-ikutan trend yang ada. Dengan memulai usaha sesuai dengan skill dan minat, setidaknya Anda memiliki bekal pengetahuan dan keahlian untuk mengurangi dan mengatasi segala resiko yang muncul di tengah perjalanan Anda. Hindari peluang usaha yang tidak Anda kuasai, ini dilakukan agar Anda tidak kesulitan dalam mengatasi segala resikonya.

Carilah informasi mengenai kunci kesuksesan bisnis Anda. Hal tersebut bisa membantu Anda untuk menentukan langkah-langkah apa saja yang bisa membuat usaha Anda berkembang, dan langkah apa saja yang tidak perlu dilakukan untuk mengurangi munculnya resiko yang tidak diinginkan.

Sesuaikan besar modal usaha yang Anda miliki dengan resiko usaha yang Anda ambil. Jangan terlalu memaksakan diri untuk mengambil peluang usaha yang beresiko besar, jika modal usaha yang Anda miliki juga masih terbatas.

Kesuksesan bisnis bisa dibangun dengan adanya keteguhan hati yang didukung kreatifitas. Dengan keteguhan hati dalam mencapai kesuksesan serta kreatifitas untuk mengembangkan usaha dengan ide-ide baru. Maka segala resiko yang muncul bisa Anda atasi dengan baik.

Cari informasi tentang prospek bisnis tersebut sebelum mengambil sebuah resiko. Saat ini banyak peluang usaha yang tiba-tiba booming, namun prospek bisnisnya tidak bisa bertahan lama. Hanya dalam hitungan bulan saja, bisnis tersebut surut seiring dengan bergantinya trend pasar. Sebaiknya Anda menghindari jenis peluang usaha seperti itu, karena resikonya cukup besar.

Ketahui seberapa besar tingkat kebutuhan masyarakat akan produk Anda. Semakin besar tingkat kebutuhan konsumen akan sebuah produk, maka akan memperkecil resiko bisnis tersebut. Setidaknya resiko dalam memasarkan produk.

Dari informasi diatas, bisa diambil kesimpulan bahwa semua resiko bisnis bisa diatasi dengan kejelian, ketekunan dan kreatifitas Anda. Oleh karena itu, tingkatkan kemampuan dan pengetahuan Anda dalam menjalankan usaha. Agar segala resiko yang muncul ditengah perjalanan, tidak sampai merugikan bisnis Anda. Sekian informasi dari kami, semoga informasi ini bisa memotivasi Anda agar tidak takut lagi dengan resiko menjalankan usaha. Salam sukses.

Sumber gambar : <http://andrysianipar.com/wp-content/uploads/2010/08/Adakah-resiko-dalam-bisnis.jpg> dan <http://www.Tdwclub.com/wp-content/uploads/2010/05/resiko-dan-beresiko.jpg>



Jenis usaha yang tak memiliki resiko.

Tentunya setiap usaha pasti ada lah resikonya, kita hidup saja penuh dengan resiko. Namun dengan adanya resiko tersebut, jangan lantas nyali kita menjadi ciut. Berikut adalah langkah serta cara yang perlu kita perhatikan, untuk mengurangi dan mengatasi resiko dalam suatu usaha.

a. Lakukan riset.

Sebelum menjalankan sebuah usaha, sebaiknya lakukanlah riset mengenai hambatan-hambatan yang kemungkinan akan muncul di tengah perjalanan. Dengan begitu kita bisa menyiapkan strategi sedini mungkin, dalam mengantisipasi hambatan yang mungkin terjadi. Seperti resiko persaingan bisnis yang dimungkinkan semakin meningkat. Maka, pilihlah peluang bisnis yang sesuai dengan skill dan minat atau bakat yang kita miliki, jangan sampai kita memulai usaha hanya karena ikut-ikutan trend yang ada saja. Dengan membangun usaha yang sesuai dengan skill dan minat, setidaknya kita punya bekal pengetahuan dan keahlian untuk mengurangi dan mengatasi segala resiko yang muncul di tengah perjalanan kita nanti.

b. Carilah beberapa referensi kunci sukses dalam membangun usaha.

Cari informasi mengenai kunci kesuksesan bisnis, baik dari buku maupun internet. Hal tersebut akan membantu kita untuk menentukan langkah-langkah apa saja yang bisa membuat usaha kita berkembang, dan langkah apa saja yang tidak perlu dilakukan dalam upaya mengurangi munculnya resiko yang tak diinginkan ditahun 2015 ini.

c. Berfikir positif tentang resiko.

Sesuaikan besarnya modal usaha yang kita miliki dengan resiko usaha yang kita ambil. Jangan terlalu memaksakan diri untuk mengambil peluang usaha yang resikonya besar, jika modal usaha yang kita miliki juga masih terbatas.

d. Keteguhan hati serta kreatifitas.

Sukses sebuah bisnis modal kecil bisa dibangun dengan adanya keteguhan hati yang didukung kreatifitas. Dengan keteguhan hati dalam mencapai kesuksesan serta kreatifitas untuk mengembangkan usaha dengan ide-ide cemerlang. Maka segala resiko yang muncul bisa kita atasi dengan mudah.

- e. Mengetahui informasi tentang prospek bisnis yang dijalankan.

Carilah informasi tentang prospek bisnis modal kecil tersebut sebelum mengambil sebuah resiko. Sekarang ini banyak peluang usaha yang tiba-tiba booming, namun prospek bisnisnya tak mampu bertahan lama. Hanya dalam hitungan bulan saja, bisnis tersebut surut seiring dengan bergantinya trend pasar. Ada baiknya jika kita menghindari jenis peluang usaha seperti itu, karena resikonya cukup besar.

- f. Analisa tingkat kebutuhan konsumen.

Ketahuiilah seberapa besar tingkat kebutuhan masyarakat akan produk yang kita tawarkan. Semakin besar tingkat kebutuhan konsumen akan sebuah produk, maka akan memperkecil resiko bisnis tersebut.

Berdasarkan langkah-langkah tersebut, maka bisa diambil kesimpulan bahwa **semua resiko bisnis dapat diatasi** dengan ketelitian, ketekunan dan kreatifitas kita. Maka, tingkatkanlah kemampuan dan pengetahuan kita dalam menjalankan suatu usaha. Agar segala resiko yang muncul di tengah perjalanan, tidak sampai merugikan bisnis yang kita jalankan. Semoga sedikit tips dan cara ini bisa bermanfaat.

Jenis Resiko dan Cara Menanggulangi

1. Menurut sifatnya dibedakan dalam :

- a. Resiko murni, yaitu resiko yang terjadi pasti akan menimbulkan kerugian dan terjadinya tanpa disengaja. Misal: kebakaran, banjir, bencana alam, pencurian dan sebagainya.
- b. Resiko spekulatif, yaitu resiko yang sengaja ditimbulkan oleh yang bersangkutan agar memberikan keuntungan bagi pihak tertentu. Contoh: utang-piutang, perdagangan berjangka, pembelian saham dsb.
- c. Resiko fundamental, yaitu resiko yang penyebabnya tidak bisa dilimpahkan kepada seseorang dan menderita cukup banyak. Misal: banjir, gempa bumi, gunung meletus dsb.
- d. Resiko Khusus, yaitu resiko yang bersumber pada peristiwa yang mandiri dan umumnya mudah diketahui penyebabnya, misal : kapal kandas, pesawat jatuh, dsb.

- e. Resiko dinamis, yaitu resiko yang timbul karen perkembangan dan kemajuan masyarakat dibidang ekonomi, ilmu pengetahuan, teknologi, contoh: resiko penerbangan luar angkasa, nuklir dsb.

2. Berdasarkan dapat tidaknya resiko dialihkan kepada pihak lain (diasuransikan).

- a. Resiko yang dapat dialihkan pada pihak lain, dengan mempertanggungkan suatu obyek yang akan terkena resiko pada perusahaan asuransi.
- b. Resiko yang tidak dapat dialihkan pada pihak lain, misal barang-barang purbakala, barang bersejarah.

3. Menurut sumber/penyebab timbulnya.

- a. Resiko intern, yaitu resiko yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri, contoh: keusakan aktiva karena kesalahan karyawan itu sendiri (kecelakaan kerja).
- b. Resiko ekstern, yaitu resiko yang berasal dari luar perusahaan itu, misal: pencurian, persaingan bisnis, fluktuasi harga dan sebagainya.

Upaya penanggulangan/meminimumkan resiko berdasar pada sifat dan obyek yang terkena resiko.

- 1. Dengan mengadakan pencegahan dan pengurangan kemungkinan terjadinya peristiwa yang menimbulkan kerugian.
- 2. Melakukan retensi, yakni mentolerir terjadinya kerugian.
- 3. Melakukan pengendalian terhadap resiko.
- 4. Mengalihkan resiko kepada pihak lain (untuk harta kekayaan kepada asuransi KERUGIAN dan untuk kryawannya kepada asuransi JAMSOSTEK)

Macam resiko dan upaya menanggulangi.

1. Resiko Teknis.

Resiko ini terjadi akibat kurang mampuan manajer dalam mengambil keputusan.

Resiko yang sering terjadi adalah :

- a. Biaya produksi yang tinggi (inefisien),
- b. Pemakaian sumber-sumber daya yang tidak seimbang, misal terlalu banyak tenaga kerja.
- c. Sering terjadi pencurian, akibat pengawasan/penjagaan yang kurang baik.

- d. Sering terjadi kebakaran, target produksi tak tercapai, penempatan tenaga tidak tepat/tidak sesuai, perencanaan dan desain produk salah dan sebagainya.

Upaya mengatasi resiko teknis:

- 1). Menajer harus menambah pengetahuan tentang:
 - a). Ketrampilan teknis /technological skill, terutama yang berkaitan dengan proses produksi. Diupayakan dengan memakai metode yang dapat menurunkan biaya produksi, misal dengan teknologi tepat guna /modern.
 - b). Ketrampilan mengorganisasi / organization skill, yaitu kemampuan meramu yang tepat dari faktor-faktor produksi dalam melakukan usahanya.
 - c). Ketrampilan memimpin skill, yaitu kemampuan untuk mencapai tujuan usaha dan dapat dikerjakan dengan baik dan serasi oleh semua orang yang ada pada organisasi tsb. Untuk ini setiap pimpinan dituntut membuat konsep kerja yang baik/conceptional skill.
 - 2). Membuat strategi usaha yang terarah untuk masa depan, yang meliputi strategi produksi, strategi keuangan, strategi sumber daya(SDA dan SDM), strategi operasional, strategi pemasaran, dan strategi penelitian dan pengembangan. Tujuan strategi ini ada tiga yaitu ; tetap memperoleh keuntungan, hari depan tetap lebih baik dari sekarang (usaha berkembang) dan tetap bertahan (survive). Upaya yang dilakukan adalah keandalan menganalisis dan memprognosa keadaan didalam dan diluar lingkup organisasi.
 - 3). Mengalihkan kerugian pada perusahaan asuransi, dengan konsekuensi setiap saat harus membayar premi asuransi yang akan menjadi pengeluaran biaya.
2. Resiko Pasar Resiko ini terjadi akibat produk yang dihasilkan kurang laku atau tidak laku dipasar. Produk telah menjadi kuno (absolensense) yang diperoleh terus menurun dan terjadi kerugian. Akibatnya penerimaan yang diperoleh terus menurun dan terjadi kerugianterus. Hal ini akan menjadi bencana usaha yang berakibat usahanya sampai diterminal alias gulung tikar.
- Upaya yang dapat ditempuh pengusaha adalah sbb.:
- a. Mengadakan inovasi produk/product inovation, yaitu membuat desain baru dari produk yang disenangi calon pembeli. Dalam usaha pertanian, misal budidaya kelinci, lele dumbo, asparagus dsb. Relatif sulit untuk inovasi, tetapi hal ini akan dipermudah bila ada upaya kearah agro industri.

- b. Mengadakan penelitian pasar/market research untuk memperoleh informasi pasar secara berkisinambungan.

Cara ini memerlukan dana yang cukup besar dan hanya layak untuk perusahaan besar, misal pabrik mobil, tekstil, perabot rumah tangga, dan hiburan. Sedang dalam bidang pertanian hal ini cukup berat dilakukan.

- 3. Resiko Kredit Adalah resiko yang ditanggung kreditor akibat debitor tidak mampu membayar pinjaman sesuai waktu yang telah disepakati. Sering terjadi produsen menaruh produknya lebih dulu dan dibayar kemudian. Atau debitor meminjam uang untuk usaha tetapi usahanya gagal, akibatnya timbul kredit macet Upaya untuk mengatasi hal tersebut (resiko kredit) diantaranya dengan cara sebagai berikut :

- 1). Berikan kredit pada seseorang yang minimal memenuhi syarat sbb:
 - a. Dapat dipercaya,(character), yaitu watak dan reputasi yang telah diketahui.
 - b. Kemampuan untuk membayar (capcity), hal ini dapat dilihat dari kemampuan/hasil yang diperoleh dari usahanya (laba usaha).
 - c. Kemampuan modal sendiri yang ditempatkan dalam usaha (capital) sehingga merupakan net personal assets.
 - d. Keadaan usahanya selama ini (conditions) adalah menunjukan trend naik mendatar atau menurun.
- 2). Jangan memberikan pinjaman yang terlalu besar sambil mengevaluasi kredibilitas debitor.
- 3). Memperhatikan pengelolaan dana debitor bila yang bersangkutan memiliki perusahaan. Dan yang perlu diperhatikan adalah lembaran neraca, laporan laba-rugi tahunan dan aliran Dana setiap tahunnya.

4. Resiko Alam.

Resiko ini terjadi diluar pengetahuan dan kemampuan manusia, misalnya gempa bumi, banjir, angin puting beliung, kemarau panjang dsb. Karena peristiwa ini kemungkinan sangat kecil resikonya dapat dianggap tidak ada, tetapi bila takut menghadapi resiko tersebut,ada perusahaan asuransi yang berani menanggung resiko tersebut

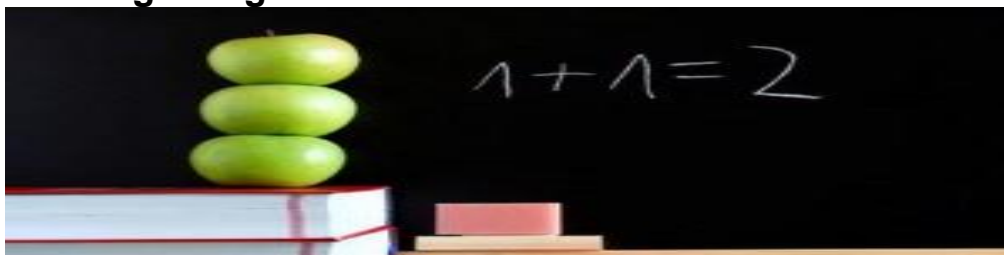
Cara Mengatasi Resiko Usaha Berikut langkah-langkah yang perlu Anda perhatikan, untuk mengurangi resiko.

- 1). Sebelum memulai usaha, Sebaiknya Anda melakukan riset mengenai hambatan-hambatan yang dimungkinkan muncul ditengah perjalanan usaha. Dengan begitu Anda dapat menyiapkan strategi sedini mungkin, untuk mengantisipasi

hambatan yang dimungkinkan ada. Misalnya saja resiko persaingan bisnis yang dimungkinkan semakin meningkat.

- 2). Pilihlah peluang bisnis sesuai dengan skill dan minat yang Anda miliki, Jangan sampai Anda memulai usaha hanya karena ikut-ikutan trend yang ada. Dengan memulai usaha sesuai dengan skill dan minat, setidaknya Anda memiliki bekal pengetahuan dan keahlian untuk mengurangi dan mengatasi segala resiko yang muncul di tengah perjalanan Anda. Hindari peluang usaha yang tidak Anda kuasai, ini dilakukan agar Anda tidak kesulitan dalam mengatasi segala resikonya.
- 3). Carilah informasi mengenai kunci kesuksesan bisnis Anda. Hal tersebut bisa membantu Anda untuk menentukan langkah-langkah apa saja yang bisa membuat usaha Anda berkembang, dan langkah apa saja yang tidak perlu dilakukan untuk mengurangi munculnya resiko yang tidak diinginkan.
- 4). Sesuaikan besar modal usaha yang Anda miliki dengan resiko usaha yang Anda ambil. Jangan terlalu memaksakan diri untuk mengambil peluang usaha yang beresiko besar, jika modal usaha yang Anda miliki juga masih terbatas.
- 5). Kesuksesan bisnis bisa dibangun dengan adanya keteguhan hati yang didukung kreatifitas. Dengan keteguhan hati dalam mencapai kesuksesan serta kreatifitas untuk mengembangkan usaha dengan ide-ide baru. Maka segala resiko yang muncul bisa Anda atasi dengan baik.
- 6). Cari informasi tentang prospek bisnis tersebut sebelum mengambil sebuah resiko. Saat ini banyak peluang usaha yang tiba-tiba booming, namun prospek bisnisnya tidak bisa bertahan lama. Hanya dalam hitungan bulan saja, bisnis tersebut surut seiring dengan bergantinya trend pasar. Sebaiknya Anda menghindari jenis peluang usaha seperti itu, karena resikonya cukup besar.
- 7). Ketahui seberapa besar tingkat kebutuhan masyarakat akan produk Anda. Semakin besar tingkat kebutuhan konsumen akan sebuah produk, maka akan memperkecil resiko bisnis tersebut. Setidaknya resiko dalam memasarkan produk.

Satrategi Penguasaan Pasar



Konsep marketing merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Baik peluang usaha baru maupun usaha yang telah lama dirintis, baik usaha kecil maupun usaha yang telah berkembang sekalipun. Semuanya membutuhkan konsep marketing untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Berbicara tentang konsep marketing, maka sesungguhnya kita sedang membicarakan bagaimana strategi pemasaran produk yang kita jual.

Hal itu pulalah yang dihadapi oleh usaha kecil yang saat ini banyak bermunculan. Merencanakan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat konsumen pada usaha kecil masih sangatlah sulit. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha kecil tentunya dengan fokus pada strategi pemasaran.

Dengan terbatasnya anggaran marketing yang dimiliki usaha kecil, bukan berarti menjadikan usaha kecil kalah dengan usaha skala besar. Untuk itu kita harus lebih kreatif dengan anggaran biaya yang minim untuk menghasilkan strategi pemasaran yang tepat. Berikut beberapa cara untuk mengoptimalkan pemasaran dengan anggaran terbatas :

1. Bekerjasama dengan pengusaha atau rekan Anda untuk pemasangan iklan
2. Mencoba mengirimkan penawaran produk kepada pelanggan serta memberikan potongan harga untuk paket pembelian tertentu.
3. Perkenalkan produk dan usaha Anda melalui media gratis, hal ini akan membantu pencarian para konsumen tentang produk yang Anda tawarkan. Misalnya saja publikasi melalui internet.
4. Libatkan lingkungan yang ada disekitar usaha Anda, dalam salah satu kegiatan yang usaha Anda laksanakan. Ini dapat dijadikan sebagai salah satu cara publikasi gratis kepada masyarakat sekitar.

Selain itu beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi pemasaran untuk usaha kecil yaitu sebagai berikut :

1. Konsistensi

Dengan adanya konsistensi terhadap semua area marketingnya, dapat membantu mengurangi biaya marketing dan meningkatkan efektivitas penciptaan merek.

2. Perencanaan

Perencanaan konsep marketing yang akan dijalankan usaha kecil sangat mempengaruhi banyaknya pelanggan yang diperoleh. Oleh karena itu luangkan waktu untuk merencanakan strategi marketing, anggaran marketing, serta konsep lainnya yang berhubungan dengan pemasaran.

3. Strategi

Strategi merupakan dasar untuk kelanjutan kegiatan marketing yang telah direncanakan, misalnya siapa target pasar, bagaimana usaha

kecil membidik pelanggan, dan bagaimana cara menjaga konsumen yang ada sebagai pelanggan tetap.

4. Target Market

Mendefinisikan secara tepat pangsa pasar yang dituju, dengan memilih satu atau lebih dari segmen pasar yang akan dimasuki. Target pasar yang jelas akan membuat konsep marketing lebih mudah dilaksanakan.

5. Anggaran

Menghitung anggaran marketing merupakan bagian yang berat dan membutuhkan keakuratan hasil hitungan. Dari anggaran yang dibuat, dapat dipersipkan dana yang akan dibutuhkan untuk pemasaran. Biasanya usaha kecil membuat anggaran dengan tidak terlalu akurat, sehingga terjadi pemborosan.

6. Marketing Mix

Marketing mix biasanya dijelaskan sebagai produk, harga, tempat, dan promosi. Sebagai pengusaha kecil, perlu memutuskan dengan spesifik produk (atau jasa), harga yang sesuai, dimana dan bagaimana Anda akan mendistribusikan produk Anda, dan bagaimana orang lain dapat mengetahui tentang produk yang ditawarkan.

7. Website

Saat ini bisnis apapun termasuk usaha kecil usahakan memiliki website, karena hampir 60% konsumen datang dari informasi dari internet. Sehingga informasi produk melalui website pun sangat mendukung peningkatan jumlah pelanggan yang tertarik dengan produk Anda.

8. Branding

Branding adalah bagaimana konsumen menerima produk dan perusahaan yang membuat produk tersebut. Terkadang usaha kecil selalu melupakan kebutuhan brand atau pengenalan gambar, logo, bahkan produk yang usaha kecil hasilkan.

9. Promosi dan iklan

Promosi dan iklan merupakan konsep marketing yang harus dipertimbangkan pada berbagai bisnis dan produk, termasuk pada usaha kecil. Promosi dan iklan yang baik akan menghasilkan pengakuan brand yang efektif hingga mampu meningkatkan penjualan.

10. Customer Relationship Management

Pengelolaan hubungan dengan pelanggan yang tepat menjadi salah satu hal penting untuk menciptakan konsumen yang loyal dan konsisten. Misalnya saja dengan membuat kartu membership, dan memberikan potongan harga tertentu bagi para member.

Ingat, bahkan sebuah usaha bisa hancur jika strategi pemasaran yang diterapkan tidak tepat. Oleh karena itu, review kembali konsep

pemasaran dan rencana strategi pemasaran Anda, agar usaha Anda dapat berkembang lebih cepat dan tepat.

Sumber gambar : http://www.isb.edu/isbinsight/Insight_Sep07/images/marketing-3.jpg

C. Strategi Pengelolaan Sumber Daya

Keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi situasi perekonomian, kebijakan pemerintah, perubahan lingkungan persaingan, serta perubahan selera konsumen, yang sulit dikendalikan oleh suatu usaha karena keberadaannya di luar organisasi. Faktor eksternal semakin kompleks dan tidak dapat diprediksi, sehingga suatu usaha semakin sulit untuk mencapai dan mempertahankan kesuksesan organisasi (Church and McMahan, 1996; Zeffane, 1996). Faktor internal sepenuhnya berada di dalam organisasi, seperti sumberdaya keuangan, kebijakan organisasional, praktek sumberdaya manusia, manajemen dan struktur organisasi, sikap dan perilaku karyawan, dan dapat menjadi penentu kesuksesan suatu usaha jika dapat dikendalikan oleh organisasi.

Permasalahan yang dihadapi suatu usaha adalah menyangkut kemampuan mengelola faktor internal dan eksternal. Keberhasilan mengelola faktor internal akan memiliki kontribusi yang sangat berarti terhadap keberhasilan suatu usaha (Delaney and Huselid; macDuffie, 1995; Thompson, 1996). Kemampuan mengelola faktor internal tidak dapat dipisahkan dengan kemampuan manajemen sumber daya manusia mengembangkan kompetensi inti untuk melakukan perubahan organisasi, khususnya beradaptasi dengan faktor eksternal. Kemampuan menyesuaikan terhadap lingkungan menjadi hal yang utama bagi suatu usaha untuk mencapai keberhasilan.

Hal yang mendasar adalah bagaimana suatu usaha mampu menyeimbangkan strategi lingkungan internal (controllable) seperti proses, produk, harga, distribusi, dan budaya dan eksternal (uncontrollable) seperti persaingan, teknologi, globalisasi, legeslasi dan demographi, sehingga dapat terjadi keseimbangan untuk mencapai tujuan usaha.

D. Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumberdaya manusia sebagai salah satu faktor internal yang harus dikelola secara baik, saat ini menunjukkan peranan yang sangat menentukan sebagai penentu kemampuan keberhasilan suatu usaha (Becker and Gerhart, 1996; Ulrich, 1998). Fungsi

sumberdaya manusia mengalami pergeseran menjadi strategic dan kompleks, tidak lagi sekedar difokuskan kepada masalah operasional / transaksional (Corner and Ulrich, 1996; Schuler, Galante, and Jackson, 1987; Ulrich, 1997; Wright and Mc Mahan, 1992). Perubahan dan peningkatan peran dan fungsi manajemen sumberdaya manusia menjadikan rekayasa praktek manajemen sumberdaya manusia dan sangat essential untuk mendukung keberhasilan suatu usaha. Ukuran keberhasilan usaha terlihat dari kinerja organisasi (organizational Performance), dan manajemen sumberdaya manusia menjadi satu kesatuan dengan keberhasilan usaha (Tannenbeum and Dupuree-Bruno, 1994). Stone (1996) berpendapat bahwa menganalisis kinerja organisasi tidak cukup hanya dari kinerja keuangan saja. Kinerja keuangan digolongkan sebagai "Hard Issue". Selain aspek keuangan suatu usaha harus dievaluasi berdasarkan "Soft Issues" yang bersifat nonfinansial atau aspek aspek berperilaku (behavioral).

Praktik manajemen sumberdaya manusia terkait dengan kinerja organisasional dengan cara menciptakan Nilai (Value Creation) yang berarti menggunakan keahlian sumberdaya manusia untuk mengkaitkan praktek manajemen dan organisasi internal dengan bisnis eksternal (Becker and Gerhart, 1996; Corner and Ulrich, 1996). Tahapan paling awal adalah kemampuan meningkatkan efisiensi maupun kontribusi bagi pertumbuhan pendapatan. Kemampuan mengurangi biaya serta peningkatan efisiensi akan meningkatkan kredibilitas sumberdaya manusia selanjutnya menjalankan strategi seperti yang telah ditetapkan (Ulrich, 1998).

Praktek manajemen sumber daya manusia yang dilakukan secara progresif dapat meningkatkan kemampuan daya saing (competitiveness) usaha. Perubahan lingkungan ekonomi yang begitu pesat dan tidak dapat diprediksi semakin mendorong setiap unit usaha melakukan praktek manajemen sumber daya yang progresif untuk meningkatkan daya saing produk atau jasa maupun usahanya. Praktek manajemen sumberdaya yang progresif ditandai adanya kinerja yang meningkat, peningkatan kemampuan karyawan, motivasi karyawan dan struktur kerja yang fleksibel (Delaney and Huselid, 1996; Tannenbaum and Dupurre- Bruno, 1994). Sehingga usaha tetap survive di tengah tengah lingkungan usaha yang penuh ketidak pastian dan turbulence.

E. Penerapan di Bidang Usaha.

Penerapan manajemen sumber daya manusia memiliki makna yang beragam untuk setiap orang dan setiap organisasi/usaha yang

berbeda (Smyth and Scullion, 1996). Hal ini disebabkan karakteristik masing-masing usaha atau organisasi berbeda dan sangat bervariasi, akibatnya setiap orang dapat mendefinisikan manajemen sumber daya manusia dari berbagai dimensi dan kepentingan. Secara umum manajemen sumber daya manusia berhubungan dengan penarikan (recruitment), seleksi, penempatan, pengembangan, kompensasi, mempertahankan (retention), mengevaluasi, dan mempromosikan di dalam organisasi (Bernardin and Russell, 1993).

Dengan demikian manajemen sumberdaya manusia merupakan bagian kehidupan organisasi yang memfokuskan kepada manajemen dan pemanfaatan orang secara efektif untuk meningkatkan kontribusi produktif bagi organisasi melalui cara-cara strategi, etis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara social (Walters, 1985; Werther, Jr and Davis, 1996).

Definisi Praktek manajemen sumber daya manusia oleh Schuler and Huber (1993) adalah "tindakan-tindakan spesifik yang digunakan untuk menarik, memotivasi, melatih, maupun melatih kembali tenaga kerja untuk aktivitas sumberdaya manusia secara umum (perencanaan, staffing, penilaian, kompensasi, pelatihan dan pengembangan, serta menetapkan dan memelihara hubungan kerja yang efektif). Menilai apakah praktek manajemen sumber daya manusia yang diterapkan telah baik atau masih jelek tidak mudah dilakukan mengingat begitu beragamnya karakteristik, kebijakan atau prosedur yang diterapkan di organisasi.

Sasaran manajemen sumberdaya manusia, meliputi:

- 1). Membantu organisasi mendapatkan types dan jumlah karyawan untuk memenuhi strategi dan tujuan organisasi.
- 2). Menolong menciptakan suasana / iklim yang mampu mendorong untuk mengembangkan dan memanfaatkan keterampilan mereka sepenuhnya.
- 3). Menolong memelihara kinerja standard dan meningkatkan produktivitas melalui efektivitas job design, menyediakan ketepatan orientasi, pelatihan dan pengembangan, menyediakan hubungan imbal balik kinerja, dan memastikan komunikasi dua arah secara efektif.
- 4). Membantu memantapkan dan memelihara hubungan antara karyawan dan pemilik yang harmonis.
- 5). Menolong untuk menciptakan dan memelihara keselamatan dan kesehatan lingkungan kerja.
- 6). Program pengembangan untuk mempertemukan kebutuhan social, psikologi, ekonomi bagi karyawan.
- 7). Menolong organisasi mempertahankan produktivitas karyawan.

- 8). Memastikan organisasi sebagai tempat mengadukan segala keluhan yang berhubungan dengan undang-undang seperti HAM, Kesamaan kesempatan kerja, keselamatan dan kesehatan kerja, standar kerja dan legislasi hubungan perburuhan.

Pada prinsipnya praktek manajemen sumberdaya manusia secara luas sebagai basis dasar pendekatan kompetensi. Kompetensi menggambarkan keterampilan, pengetahuan, perilaku, karakteristik personal, dan motivasi digabungkan keberhasilan dari pekerjaan. Praktek berdasarkan kompetensi memanfaatkan kerangka kompetensi, seiring dengan strategi mendesak dari sebuah organisasi dengan program kunci sumberdaya manusia. Melalui penerapan kerangka yang sistematis untuk mengevaluasi kompetensi karyawan, sebuah organisasi mungkin mempunyai kemampuan membangun portofolio berjalannya pengetahuan keseluruhan atau portofolio keterampilan dari angkatan kerja. Sebuah organisasi dapat memanfaatkan informasi untuk menilai kinerja organisasi dan mungkin mampu memperbaiki program sumberdaya manusia, meliputi tuntutan praktek sumberdaya manusia yang berbakat, sistem manajemen kinerja, alat pengembangan dan pelatihan, praktek mempertahankan karyawan, dan strategi pengembangan organisasi. Issue utama pengembangan dan implementasi strategi pengembangan sumberdaya manusia berdasarkan kompetensi teristimewa ditekankan pada staffing, seleksi, pendidikan dan pelatihan, pengembangan organisasi dan kinerja manajemen. Prakteknya di bidang usaha dengan mengembangkan dan mengimplementasikan model kompetensi dan penyebaran modal manusia bagi organisasi secara lebih efektif.

F. Pengembangan Sumber Daya Manusia.

Pengembangan sumberdaya manusia pada dasarnya dapat dilakukan dengan berbagai cara, namun pada prinsipnya adalah peningkatan kompetensi sumberdaya manusia. Peningkatan pengembangan dapat dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, motivasi serta berbagai program kunci sumberdaya manusia. Kompetensi memiliki banyak definisi, kadang-kadang digunakan definisi:

“sebuah deskripsi alat untuk mengidentifikasi keterampilan, pengetahuan, karakteristik personal, dan kebutuhan perilaku untuk membentuk secara efektif peran organisasi dan menolong mempertemukan sasaran strategi bisnis” (Lucia and Lespinger, 1999, p 5). Jarak dari seleksi, mempertahankan dan pengembangan terhadap perencanaan strategi organisasi, kompetensi yang digunakan sampai saat ini adalah sebuah jarak yang lebar dari fungsi sumberdaya manusia (Rondriquez, Patel, Bright, Gregory and

Gowing, 2002). Sampai saat ini persaingan dan perubahan lingkungan bisnis sangat konstan, model kompetensi mungkin menolong sumberdaya manusia secara professional memperbaiki portfolio keterampilan dan tingkat efisiensi dari angkatan kerja untuk mencocokkan dengan perubahan permintaan pasar, agar supaya dapat merespons tantangan business yang kompetitif.

Agar strategi berdasarkan kompetensi sukses diterapkan dalam suatu usaha, manajemen dan teristimewa kebutuhan sumberdaya manusia yang professional dicurahkan secara signifikan setiap waktunya kepada penilaian kebutuhan organisasi, perencanaan, pengumpulan data, perubahan dan resistensi manajemen dan komunikasi. Ciri ciri kompetensi global dipandang sebagai suatu keuntungan karena definisi kerja lebih dinamis dan fleksibel sesuai syarat syarat tertentu permintaan perubahan lingkungan organisasi yang dinamik dan konstan (Morgenson, Dlaney-Klinger, Mayfield, Ferrara and Canpion, 2004).

Alasan perlunya kompetensi karena kebutuhan pertumbuhan sumberdaya manusia yang professional diterjemahkan ke dalam business yang mendesak di dalam pembelajaran baru dan persyaratan kinerja yang lebih cepat dan menolong organisasi menghadapi meningkatnya tantangan pasar (Athey and Orth, 1999). Model kompetensi dengan demikian seperti sebuah kendaraan untuk mengemudikan perubahan organisasi (Lucia et al., 1999). Sumberdaya manusia professional dihadapkan dengan banyak peluang peluang baru untuk memanfaatkan model kompetensi untuk memperbaiki individu dan teams. Kemampuan manage satu kumpulan karakteristik personal dapat menjanjikan kerangka konsep untuk seleksi, penilaian, pengembangan bakat, kinerja manajemen, dan program program sumberdaya manusia yang lain. Daniels, Erickson and Dalik (2001) mengidentifikasi beberapa kebiasaan untuk mengemudikan organisasi dengan memperkenalkan kompetensi, sebagai berikut:

- 1). Memperbaiki efektivitas operasional.
- 2). Mencapai integrasi cultural dan kesetaraan organisasi.
- 3). Memperkuat proses sumberdaya manusia.
- 4). Mengemudikan perubahan organisasi.

Mengimplementasikan model kompetensi di dalam organisasi dilakukan dengan banyak cara. Banyak organisasi merancang kembali proses kerja dan merestruktur kerja mereka dan mengembangkan model kompetensi untuk memperbaharui rancangan kerja di mana pekerjaan baru akan melekat dalam sedikit pekerjaan dengan pengalaman (Green, 1999).

Disini model kompetensi baru, sesuai kebutuhan, menggambarkan mendesak pentingnya mengantisipasi persyaratan keterampilan, agaknya melebihi keterampilan yang lebih efektif di masa lalu (Daniel et al., 2001). Banyak organisasi mengenakan “one size fits all” pendekatan untuk model kompetensi, dengan mengembangkan kompetensi, biasanya untuk para pemimpin dan menerapkan model ini untuk kesatuan yang luas dari pekerjaan, kadang kadang bahkan tanpa manajerial. Organisasi yang lain sudah menggerakkan arah yang berlawanan, dengan mengembangkan secara simultan model kompetensi berganda untuk pekerjaan berbeda di dalam organisasi (Lucia et al., 1999).

Kunci kemudi organisasi bisnis biasanya mengikuti model organisasi yang fleksibel dan agility (cerdas), sebagai berikut:

Hasil Maksimum:

Memperbaiki hasil bisnis, tumbuhnya pendapatan, dan penghasilan, serta meningkatkan aliran kas, dan mengurangi biaya operasi.

Meningkatkan kecerdikan :

Kemampuan mengorganisasi bisnis, dan beroperasi menyesuaikan terhadap perubahan kebutuhan bisnis.

Mengurangi resiko :

Memastikan keselamatan dan keberlanjutan dari operasi bisnis internal dengan meminimalkan ekspos resiko factor eksternal.

Memperbaiki kinerja :

Memperbaiki kinerja operasi bisnis, dari memulai sampai akhir bisnis untuk memberikan kepuasan pelanggan dan perusahaan. Sumber:

HP Adaptive Enterprises

Kunci kesuksesan di atas tergantung infrastruktur sumberdaya manusia sebagai berikut:

- 1). bagaimana kesiapan sumberdaya manusia untuk mencapai hasil yang diinginkan.
- 2). bagaimana manusia yang tepat dengan keterampilan tepat pada tempat yang tepat dan biaya yang tepat.
- 3). Kebutuhan sumberdaya manusia. Serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan untuk memelihara manusia yang siap terhadap tantangan berikutnya.

Apakah SDM siap mencapai hasil yang diinginkan = Teknologi, Produk dan Jasa, sebagai fungsi $F(P_i)$, Sudahkah SDM terampil ditempatkan pada tempat yang tepat = Proses, sebagai $F(Q)$, dan Apakah yang kamu butuhkan saat ini = Manusia, sebagai $F(C)$, dan Jika kamu selalu menyesuaikan perubahan serta menyiapkan SDM yang selalu siap untuk perubahan esok= Hasil bisnis, sebagai fungsi $f(R)$. Dengan demikian dapat diilustrasikan sebagai berikut:

$$F(R) = F (P_i) + F (Q) + F (C)$$

Kunci kesuksesan infrastructure sumberdaya, bagaimana membangun agility seperti inti kompetensi perusahaan pada masing masing tahapan, masing masing kegiatan, dan masing masing yang “dipikirkan” setiap orang?. Bagaimana organisasi dapat menyiapkan langkah dan beradaptasi untuk masing masing persyaratan perubahan, sebagai berikut:

CHANGE ABILITY

Artinya setiap perubahan harus direspons oleh organisasi baik oleh top manajemen, team, unit atau sumberdaya manusia yang berada didalamnya dengan kecerdikan. Dengan demikian dibutuhkan kemampuan, keterampilan serta pengetahuan individu untuk menghasilkan kinerja seperti yang dibutuhkan oleh tujuan organisasi. Misalnya:

Suatu usaha akan sukses dengan focus pada inovasi penjualan dengan memahami kebutuhan pelanggan. Di dalam kasus ini model kompetensi menekankan pada kemampuan mengembangkan produk (Contoh: kepemimpinan teknik, rancangan produk inovatif) dan lebih lanjut berikutnya menyoroti inti kemampuan di dalam membangun dan mempertahankan loyalitas dan hubungan pelanggan (Contoh: memahami pasar dengan focus pelanggan).

Kesuksesan diterjemahkan dari kebutuhan strategi bisnis kedalam kerangka kompetensi membawa keterlibatan dari top manajemen untuk mengimplementasikan strategi berdasarkan kompetensi (Martone, 2003). Kunci yang berkenaan dengan praktek kompetensi mendorong pengaruh secara signifikan pengukuran hasil bisnis (Athey et.al., 1999).

Juga sangat penting untuk mengidentifikasi kepemilikan yang mau mengimplementasikan. Selain banyak manfaat mengidentifikasi kepemilikan strategi, pemimpin project juga menjadi alat teams functional menghadapi manajemen yang biasanya membentuk model kompetensi. Untuk mengimplementasikan strategi berdasarkan kompetensi, kepemilikan strategi seharusnya memiliki power, visibility, credibility dan pengaruh pada perusahaan (Mirabile, 1997).

G. Kendala Sumber Daya Manusia.

Tantangan yang dihadapi di lapangan dari praktik kompetensi sumberdaya manusia adalah metode kompetensi untuk mempertemukan tantangan masa depan yang signifikan (Athey and Orth, 1999). Agar dapat memanfaatkan strategi berdasarkan

pengembangan sumberdaya manusia secara efisien, kebutuhan para pemimpin bisnis dan kebutuhan praktisi sumber daya manusia untuk membuat sejumlah dasar keputusan mungkin menghadapi beberapa tantangan. Tantangan ini meliputi:

- a. Memperoleh dukungan kepemimpinan untuk inisiatif baru.
- b. Mengartikulasikan pendekatan berdasarkan kompetensi terhadap misi organisasi, nilai dan strategi sasaran bisnis.
- c. Membangun kerangka konsep untuk model kompetensi.
- d. Mengadopsi ketepatan metodologi untuk pengembangan model kompetensi.
- e. Mengkomunikasikan inisiatif baru terhadap karyawan.
- f. Mengevaluasi hasil dari strategy berdasarkan kompetensi pada perbaikan kinerja sumberdaya manusia.

H. Penutup

Peran manajemen sumberdaya manusia telah bergeser dari manajemen tradisional yang hanya mengelola manusia dalam organisasi, menjadi manajemen sumberdaya manusia strategic untuk mengambil keputusan sesuai dengan perubahan lingkungan yang sangat cepat dan sulit diprediksi.

Kemampuan manajer atau pengelola menyeimbangkan perubahan organisasi dengan faktor internal dan faktor eksternal adalah kunci sukses suatu kegiatan usaha. Kunci ini terletak pada model kompetensi. Model kompetensi baru, sesuai kebutuhan, menggambarkan mendesaknya pentingnya mengantisipasi persyaratan keterampilan, agaknya melebihi keterampilan yang lebih efektif di masa lalu. Perlunya kompetensi karena kebutuhan pertumbuhan sumberdaya manusia yang professional diterjemahkan ke dalam business yang mendesak di dalam pembelajaran baru dan persyaratan kinerja yang lebih cepat dan menolong organisasi menghadapi meningkatnya tantangan pasar.

Kendala utama yang dihadapi untuk melakukan perubahan organisasi berdasarkan kompetensi adalah belum terdapatnya dukungan kepemimpinan yang memiliki banyak inisiatif, terutama memberdayakan karyawan untuk terlibat dalam pengambilan keputusan memajukan dan memakmurkan organisasi.

Manajemen dan Strategi Pengelolaan Usaha

Manajemen bisnis merupakan upaya pengaturan secara menyeluruh guna menjalankan sebuah usaha bisnis yang profesional dan menghasilkan tujuan bisnis yang diinginkan. Manajemen bisnis dibutuhkan dalam rangka tercapainya sebuah tujuan sebuah usaha

bisnis baik dari aspek profit maupun tujuan lain sesuai yang diinginkan oleh pihak pengelola bisnis.

Sebuah proses pengaturan diperlukan agar sebuah usaha tidak sembarangan, mampu melakukan perencanaan, target-target yang diinginkan serta dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan sebuah resiko usaha bisnis. Sebuah langkah profesional yang dilakukan sebelum merancang sebuah manajemen bisnis biasanya dilakukan dengan membuat sebuah rancangan global sebuah bisnis atau yang dikenal dengan business plan.

Business plan menyangkut bagaimana manajemen bisnis serta perencanaannya dari berbagai aspek, diantaranya adalah manajemen pemasaran, manajemen produksi, manajemen finansial dan sebagainya. Melalui sebuah business yang mantap, biasanya sebuah usaha akan meyakinkan untuk dikelola secara maksimal.

Untuk bentuk usaha bisnis dengan skala kecil pun diperlukan sebuah upaya manajemen bisnis yang baik, hanya berbeda pada ukuran skala saja serta pengerjaannya yang lebih sederhana dan bisa dikerjakan rangkap oleh satu atau dua orang dari pengelola bisnis tersebut. Beberapa hal yang menjadi patokan utama manajemen bisnis diantaranya adalah beberapa hal berikut ini:

1. Manajemen produksi.

Manajemen produksi merupakan pengaturan dan perencanaan terkait ketersediaan bahan baku maupun bahan jadi yang siap dipasarkan pada sebuah perusahaan bisnis. Manajemen bisnis di bidang produksi menyangkut bagaimana proses produksi itu bisa berlangsung dengan baik sehingga mampu menghasilkan produk atau layanan yang diminati oleh konsumen.

2. Manajemen pemasaran.

Manajemen bisnis di bidang pemasaran menyangkut segala bentuk perencanaan, bentuk, target serta tujuan dan hasil dari sebuah proses marketing atau pemasaran. Penjualan yang meningkat dan upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan target utama dari sebuah manajemen pemasaran.

Tanpa adanya sebuah manajemen pemasaran yang baik, maka sebuah perusahaan akan mengalami kondisi sulit dalam hal pemasukan atau income yang diperoleh. Pemasaran memegang

peran vital terhadap eksistensi sebuah perusahaan. Produk atau jasa yang kurang bermutu pun akan bisa terjual laris apabila perusahaan Anda memiliki seorang manajer pemasaran yang handal. Kreativitas dan inovasi perlu dijalankan dalam merancang sebuah manajemen bisnis di bidang pemasaran.

3. Manajemen distribusi.

Manajemen bisnis di bidang distribusi memegang peran mendukung manajemen pemasaran. Meskipun pemasaran telah berjalan dengan baik, namun apabila manajemen distribusi mengalami hambatan, maka marketing juga akan terganggu. Proses penyaluran barang produksi atau layanan jasa kepada konsumen sangat ditentukan oleh bagaimana pola manajemen distribusi tersebut dirancang oleh sebuah perusahaan.

4. Manajemen finansial.

Manajemen finansial di dalam sebuah usaha bisnis menyangkut transparansi dan pengelolaan sirkulasi keuangan sebuah perusahaan. Manajemen keuangan menyangkut bagaimana keuangan perusahaan mampu dibagikan sesuai dengan anggaran yang dimiliki.

Tanpa adanya sebuah manajemen bisnis yang baik di bidang keuangan, maka biasanya perusahaan tidak mendapatkan data keuangan yang jelas. Hal ini biasa dialami oleh para pengelola bisnis kecil yang masih amatiran, dimana manajemen keuangan jarang diperhatikan sehingga untung atau ruginya saja sebuah usaha bisnis sulit ditentukan.

Beberapa bentuk manajemen bisnis di atas sangat penting diperhatikan oleh para pengelola usaha bisnis yang ingin sukses dalam menjalankan sebuah bisnis usaha. Tanpa adanya sebuah manajemen yang baik, maka mustahil sebuah perusahaan akan mampu berjalan dengan baik seperti yang menjadi harapan pemiliknya.

Strategi:

- a. Berada pertama dipasar dengan produk atau jasa baru.
- b. Posisikan produk dan jasa baru tersebut pada relung pasar (niche market) yang tidak terlayani.

- c. Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil tetapi bisa bertahan.
- d. Mengubah karakteristik produk, pasar atau industri.

Atau Strategi Lainnya:

- a. **Pertahanan Bersaing Mencoba** untuk produk yang menjadi "*Andalan Utama Yang Baru*" dan tidak berkonsentrasi pada perbaikan keberhasilan produk yang sudah ada. Mengambil langkah positif dan proaktif untuk menguasai manajer kunci ahli teknik profesional yang selalu diikutsertakan dalam pembentukan keberhasilan perusahaan.
- b. **Perencanaan dan Studi Usaha.**
Perencanaan dan studi lapangan selalu diperlukan setiap kali kita ingin menjalankan sebuah usaha. Tidak peduli seberapa besar atau kecil sebuah usaha, perencanaan dan studi lapangan adalah sebuah hal yang mutlak. Hal yang sering terjadi adalah kegagalan sebuah usaha karena lemah pada perencanaan dan studi lapangan. Warnet, adalah sebuah usaha yang terlihat sederhana namun kenyataannya mulai dari perencanaan hingga pengelolaan warnet ternyata menuntut konsentrasi yang tinggi dari pelaku usaha warnet.
- c. **Studi Lapangan.**
Yang mana duluan, Perencanaan atau studi lapangan? Saya menyarankan supaya yang dilakukan adalah studi lapangan. Kita mulai dengan lokasi. Kita harus menentukan kriteria sebuah lokasi yang memenuhi syarat sebagai tempat yang sesuai untuk mendirikan sebuah warnet. misal:
 - 1). Carilah lokasi yang mudah diakses oleh calon pelanggan anda. Lokasi yang dilewati kendaraan umum atau tidak jauh dari akses kendaraan umum.
 - 2). Perhatikan di sekitar lokasi tersebut apakah terdapat kompleks pemukiman penduduk, sekolah/universitas, Bank, Perkantoran, mini market. Kemampuan ekonomi adalah faktor yang menentukan. Sebuah lokasi yang terdapat faktor-faktor yang disebutkan di atas menunjukkan potensi sebuah lokasi untuk mendirikan warnet.
 - 3). Tersedia tempat parkir minimal bagi mereka yang menggunakan kendaraan sepeda motor. Jika tersedia tempat untuk parkir mobil akan lebih bagus.

- 4). Bagaimana kondisi lokasi ketika malam hari? Apakah cukup terang? Ingatlah bahwa warnet umumnya beroperasi hingga malam hari, lokasi yang gelap akan membuat warnet anda tidak menarik dikunjungi.
- 5). Cobalah mencari informasi tentang kondisi keamanan lokasi tersebut, jika tingkat keamanan lokasi tersebut rendah kemungkinan anda perlu biaya tambahan untuk faktor keamanan dan biaya asuransi.

Bagaimana jika di lokasi tersebut sudah ada atau banyak warnet? Jika sudah banyak warnet di lokasi tersebut, maka sebaiknya carilah lokasi lain. Kecuali warnet yang anda dirikan memiliki sebuah keunggulan dibanding warnet lain, maka mendirikan sebuah warnet di lokasi dimana sudah banyak terdapat warnet (bahkan hingga berderet-deret warnet semua) cenderung akan memancing persaingan yang tidak sehat. Jika lokasi ideal (atau mendekati ideal) sudah didapatkan, maka kita lanjutkan dengan melakukan perencanaan usaha.

Perencanaan Usaha / Business Plan.

Setelah studi lapangan selesai dan sudah terbayang model usaha yang sesuai, maka rencanakanlah besar investasi yang diperlukan, jangka waktu investasi akan kembali, perkiraan besar keuntungan, biaya operasional, tenaga kerja, hingga model promosi. Semuanya harus dengan perencanaan terlebih dahulu.

Rumusan umum dalam melakukan perencanaan usaha adalah sesederhana menghitung biaya investasi (capex), biaya operasional (opex), prediksi penghasilan kotor(bruto) dan bersih (netto), Waktu Titik Impas Investasi (Break Even Point) . Misalkan titik impas direncanakan adalah 2 tahun (=24 bulan) , maka rumusannya adalah sbb:

$$\text{Bruto} - (\text{Opex} + (\text{capex}/24)) = \text{Netto}$$

Keterangan:

Bruto = penghasilan kotor selama 24 bulan

Opex = biaya operasional bulanan (rata-rata)

capex = biaya investasi

netto = penghasilan bersih.

Ini adalah rumusan yang paling sederhana. Jika ingin rumusan yang lebih rumit kita bisa melakukan apa yang dikenal sebagai menghitung

IRR (investment return ratio) untuk mengetahui apakah investasi yang kita lakukan termasuk yang menguntungkan atau tidak. Sebuah perhitungan yang rumit sudah memasukkan faktor-faktor seperti bunga bank, depresiasi dan inflasi. Perhitungan yang rumit ini dianjurkan jika investasi yang dilakukan sudah bernilai besar dan melibatkan pihak bank.

Ada dua pendekatan yang bisa kita gunakan dalam melakukan perencanaan usaha, yaitu berdasarkan nilai investasi atau berdasarkan kapasitas usaha yang diinginkan. Berdasarkan nilai investasi biasanya dilakukan jika modal yang tersedia sudah dipatok pada nilai tertentu. Mis: si A memiliki uang senilai Rp 70 juta dan dia ingin membuat warnet berdasarkan uang yang dimilikinya. Sedang berdasarkan kapasitas, si A merencanakan untuk membuat warnet dengan kapasitas 20 PC di sebuah lokasi yang sesuai dengan keinginannya. Kedua cara ini sah-sah saja digunakan tergantung modal ataupun keinginan anda. Tentu saja, sesuaikan rencana dengan konsep dan pasar yang dituju.

Perencanaan Usaha

Perencanaan Usaha adalah suatu cetak biru tertulis (blue print) yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, operasional usaha, rincian financial, strategi usaha, peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan pengelolaannya. Perencanaan usaha mempunyai dua fungsi penting, yaitu :

1. Sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha, dan
2. Sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar.

Perencanaan bisnis memuat sejumlah topic, yang meliputi :

- a. Ringkasan eksekutif
- b. Pernyataan misi
- c. Lingkungan Usaha
- d. Perencanaan pemasaran
- e. Tim Manajemen
- f. Data financial
- g. Aspek-aspek legal
- h. Jaminan Asuransi
- i. Orang-orang penting
- j. Pemasok
- k. Risiko

Pengelolaan Keuangan

Tiga aspek yang harus diperhatikan dalam pengelolaan keuangan :

1. Aspek sumber dana
2. Aspek rencana & penggunaan dana
3. Aspek pengawasan atau pengendalian keuangan.

Sumber-sumber keuangan perusahaan :

- a. Dana yang berasal dari perusahaan (pembelanjaan internal)
- b. Penggunaan dana perusahaan
- c. Penggunaan cadangan
- d. Penggunaan laba yang tidak dibagi
- e. Dana yang berasal dari luar perusahaan (pembelanjaan eksternal)
- f. Dana dari pemilik atau penyertaan.
- g. Dana yang berasal dari pinjaman, baik jangka panjang atau jangka pendek.
- h. Dana bantuan program pemerintah dari pusat dan daerah.
- i. Dana dari teman atau keluarga yang menanamkan modalnya.
- j. Dana ventura (investasi dana dari perusahaan besar)

Perencanaan Keuangan & Penggunaan dana, hal-hal yang harus diperhatikan :

1. Biaya awal, adalah biaya yang diperlukan ketika perusahaan akan berdiri.
2. Proyeksi atau rancangan keuangan meliputi :
 - a. Neraca harian
 - b. Laporan laba rugi
 - c. Laporan arus kas
 - d. Analisa pulang pokok

Teknik & Strategi Pemasaran

Pemasaran yaitu kegiatan meneliti kebutuhan & keinginan konsumen (probe/search), menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (product), menentukan tingkat harga (price), mempromosikannya agar produk dikenal konsumen (promotion), dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen (place).

Tujuan pemasaran adalah bagaimana barang & jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan dan dibeli oleh konsumen.

Perencanaan Pemasaran meliputi beberapa langkah, yaitu ;

1. Menentukan kebutuhan & keinginan pelanggan (dengan melakukan riset pasar).

2. Memilih pasar sasaran khusus. Ada 3 jenis pasar sasaran khusus :
 - a. Pasar individual
 - b. Pasar khusus
 - 1) Berorientasi pada pelanggan.
 - 2) Kualitas
 - 3) Kenyamanan
 - 4) Inovasi
 - 5) Kecepatan (penempatan produk & respon keinginan consumer)
 - 6) Pelayanan & kepuasan pelanggan.

Produk

Produk memiliki siklus hidup yang terdiri dari tahap pengembangan, pengenalan, pertumbuhan, penjualan, kematangan, kejenuhan dan penurunan.

Harga

Factor-faktor yang harus dipertimbangkan antara lain ;

1. Biaya barang dan jasa
2. Permintaan & penawaran pasar
3. Antisipasi volume pasar
4. Harga pesaing
5. Kondisi keuangan
6. Lokasi usaha
7. Fluktuasi musiman
8. Faktor psikologis pelanggan
9. Bunga kredit dan bentuk kredit
10. Sensitivitas harga pelanggan (elastisitas permintaan)

Strategi Pemasaran (Bagi Usaha Baru)

1. Penetrasi pasar, dengan memperbesar volume penjualan dan periklanan
2. Pengembangan pasar, peningkatan penjualan dengan pengenalan produk pada pasar baru.
3. Pengembangan produk, modifikasi produk yang sudah ada untuk meningkatkan penjualan.
4. Segmentasi pasar, pemasaran produk berdasarkan segmennya.

Teknik Penentuan Harga

Produk baru, bertujuan untuk :

1. Menghasilkan produk yang dapat diterima oleh konsumen potensial, tidak peduli berapa banyaknya.

2. Memelihara pangsa pasar sebagai akibat tumbuhnya persaingan.
3. Memperoleh laba.

Untuk barang konsumsi :

1. Harga dibawah pasar untuk produk yang sama
2. Harga di atas harga pasar
3. Harga sama dengan harga pasar.

Untuk barang industri:

1. Strategi Cost-Plus Pricing

Dengan menambahkan margin laba terhadap biaya-biaya langsung.

1. Biaya langsung & formulasi harga

Tidak termasuk biaya overhead pabrik

1. Penentuan Harga jual model pulang pokok

Dengan menghitung besar persentase tertentu dari total penjualan yang digunakan untuk biaya variable.

1. Untuk jasa

Menentukan harga berdasarkan material yang digunakan untuk menyediakan jasa, tenaga kerja dan untuk memperoleh laba.

Promosi

Bertujuan :

1. Menginformasikan barang/jasa yang dihasilkan pada konsumen
2. Membujuk konsumen agar mau membeli barang/ jasa yang dihasilkan.
3. Mempengaruhi konsumen agar tertarik terhadap barang/ jasa yang kita hasilkan.

Beberapa jenis promosi ;

1. Iklan (media cetak & elektronik)
2. Promosi penjualan (pameran)
3. Wiraniaga (dengan produk sampel ke konsumen)
4. Pemasaran langsung (langsung menghubungi konsumen)
5. Humas (mempublikasikan barang melalui pamflet dsb)

Kiat Pemasaran Usaha Baru

1. Peluang Pasar
 1. Barang dan jasa apa yang paling dibutuhkan konsumen?
 2. Berapa banyak yang mereka butuhkan?
 3. Kualitas mana yang paling tepat?
 4. Berapa banyaknya?
 5. Tempat yang tepat
 6. Banyak barang yang dibutuhkan
 7. Target yang hendak dicapai

Teknik Pengembangan Usaha

1. Pengembangan skala ekonomis

Dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, system distribusi, dan tempat usaha.

2. Perluasan Cakupan Usaha

Dengan menambah jenis usaha baru, produk dan jasa baru yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta teknologi yang berbeda.

Manajemen dan Strategi Kewirausahaan

Manajemen kewirausahaan semua kekuatan perusahaan yang menjamin bahwa usahanya betul-betul eksis.

Strategi kewirausahaan Kesesuaian kemampuan internal dan aktivitas perusahaan dengan lingkungan eksternal.

Strategi kewirausahaan, meliputi beberapa keputusan strategis, yaitu :

1. Perubahan produk barang dan jasa.
2. Strategi menyangkut penetrasi pasar, ekspansi pasar, diversifikasi produk dan jasa, integrasi regional, atau ekspansi usaha.
3. Kemampuan untuk memperoleh modal investasi .
4. Analisa sumber daya manusia.
5. Analisa pesaing untuk memantapkan strategi bersaing.
6. Kemampuan menopang keunggulan strategi perusahaan dan modifikasi strategi.
7. Penentuan harga barang atau jasa, untuk jangka pendek dan jangka panjang.
8. Interaksi perusahaan dengan masyarakat luas.
9. Pengaruh pertumbuhan perusahaan yang cepat terhadap aliran kas.

Wirausaha yang berfungsi sebagai manajer perusahaan, harus memiliki kompetensi yaitu :

1. Berfokus pada pasar bukan pada teknologi.
2. Meramal pendanaan untuk menghindari tidak terdaniannya perusahaan.
3. Mambangun tim manajemen.
4. Memberikan peran khusus bagi penemu.

BAB VII

PERLINDUNGAN USAHA

A. Latar Belakang Kajian

Demi terwujudnya kesejahteraan sosial seperti diamanatkan UUD 1945, masalah keadilan harus diberi perhatian dan tekanan khusus untuk menyongsong Indonesia Baru yang di cita-citakan. Ini merupakan titik tolak dari usaha di dalam menyelesaikan pekerjaan rumah sebagai bangsa. Tidak dapat disangkal masalah yang sangat mendasar yang terjadi selama era Orde Baru adalah kesenjangan.

1. Di bidang ekonomi kesenjangan ini sangat terasa terutama:
 - a) kesenjangan antara daerah seperti kota-desa, Jawa dan luar Jawa, Kawasan Timur Indonesia dan Kawasan Barat Indonesia;
 - b) antara sektor pertanian dan sektor Industri/Jasa; dan
 - c) antara golongan masyarakat seperti pribumi dan non pribumi yang melahirkan kesenjangan sosial yang sangat dalam.
2. Masalah kesenjangan, baik antar golongan ekonomi, antar sektor, maupun antar daerah ini terutama dialami oleh perekonomian rakyat karena terbatasnya akses terhadap faktor modal, informasi, dan teknologi, baik dari sisi pemilikan maupun dari sisi distribusi. Sebagai akibat terbatasnya akses ini, peningkatan fungsi dan peran serta posisi perekonomian rakyat juga sangat terbatas dibandingkan dengan perekonomian modern lainnya.
3. Konsentrasi kegiatan perekonomian yang memperlebar jurang kesenjangan jelas tidak mencerminkan amanat para pendiri Republik yang tertuang dalam UUD 45 terutama asas Demokrasi Ekonomi, yang memaksudkan produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, dan di bawah pimpinan atau pemilikan anggota-anggota masyarakat. Di dalam Demokrasi Ekonomi, kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan, bukan kemakmuran orang-seorang. Oleh karena itu salah satu tantangan besar yang dihadapi perekonomian nasional dalam menyongsong Indonesia Baru adalah bagaimana agar konsentrasi ekonomi dan penguasaan aset nasional tadi dapat dikendalikan dan diarahkan dengan berpegang pada asas kerakyatan, keadilan, kebersamaan, keterbukaan dan berkelanjutan. Hal ini semua bisa dan hanya bisa terwujud kalau secara konsisten kembali kepada amanat UUD 1945 yang pada dasarnya membangun Demokrasi Ekonomi yang berpedoman pada Sistem Ekonomi Kerakyatan yang dalam wujud operasionalnya adalah Pemberdayaan Ekonomi Rakyat.

5. Sistem ekonomi kerakyatan yang mengandung makna sebuah sistem ekonomi partisipatif yang memberikan akses sebesar-besarnya secara adil dan merata bagi seluruh lapisan masyarakat, baik dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi nasional serta meningkatkan kapasitas dan pemberdayaan masyarakat, maupun dalam suatu mekanisme penyelenggaraan yang senantiasa memperhatikan fungsi sumber daya alam dan lingkungan sebagai pendukung kehidupan guna mewujudkan kemakmuran yang berkeadilan bagi seluruh rakyat Indonesia secara berkelanjutan. Maksud seperti itu juga terkandung dalam pemikiran dasar sistem ekonomi kerakyatan sebagaimana yang secara inheren termaktub dalam filosofi dasar negara kita.

Perekonomian rakyat itu sendiri hendaknya diartikan sebagai semua kegiatan ekonomi yang dilaksanakan oleh dan untuk kepentingan orang banyak, baik dalam kedudukannya sebagai produsen, pedagang, maupun konsumen. Berdasarkan hal-hal tersebut, jelaslah bahwa ekonomi rakyat memiliki dimensi yang luas dan mencakup jumlah penduduk yang sangat besar. Pada umumnya usaha ekonomi rakyat memiliki karakteristik: berskala kecil, berkemampuan ekonomi lemah, serta bersifat informal/tradisional, meskipun ada juga yang berskala menengah dan modern yang sehat, tangguh, kuat dan mandiri; serta menjadi wadah yang efektif untuk menggalang kekuatan ekonomi rakyat di semua kegiatan/sektor perekonomian.

Setelah secara bertahap keluar dari krisis ekonomi, Indonesia diharapkan mampu membangun ketahanan ekonomi yang semakin kuat yang dilandasi oleh:

- (a) basis kegiatan ekonomi yang semakin luas bersamaan dengan berkembangnya produk-produk andalan yang bernilai tambah tinggi;
- (b) neraca pembayaran yang semakin mantap;
- (c) lembaga-lembaga ekonomi yang makin berfungsi dengan mantap dan bekerja dengan efisien; dan
- (d) produktivitas SDM meningkat, angkatan kerja makin terdidik dan terampil, serta peran tenaga profesional, teknisi dan manajemen meningkat seiring berkembangnya spesialisasi.

Selanjutnya pada sepuluh atau dua puluh tahun yang akan datang diharapkan telah dicapai kemandirian dalam pembiayaan pembangunan Indonesia. Artinya, pada saat itu sumber utama investasi ekonomi telah bertumpu pada pemupukan, akumulasi serta mobilisasi aliran modal (dana) dari dalam negeri. Ini tidak berarti bahwa tidak ada aliran modal dari luar negeri, termasuk yang berupa pinjaman dalam dunia usaha. Namun pinjaman luar negeri tidak menjadi faktor yang terlalu menentukan kesehatan perekonomian nasional. Dengan demikian pengembangan investasi akan berlangsung secara

berkelanjutan dan berakar dari kemampuan sumber daya nasional dengan partisipasi luas masyarakat dan dunia usaha, terutama Usaha Kecil, sehingga terbentuk ketahanan ekonomi dan keandalan daya saing nasional.

Usaha Kecil kurang mendapatkan perhatian di Indonesia sebelum krisis pecah pada tahun 1997. Namun demikian sejak krisis ekonomi melanda Indonesia (yang telah meruntuhkan banyak usaha besar) sebagian besar UK tetap bertahan, dan bahkan jumlahnya meningkat dengan pesat perhatian pada UK menjadi lebih besar, kuatnya daya tahan UK juga didukung oleh struktur permodalan yang lebih banyak tergantung pada dana sendiri (73%), 4% bank swasta, 11% bank pemerintah, dan 3% supplier (Azis, 2001). Demikian juga kemampuan menyerap tenaga kerja juga semakin meningkat dari sekitar 12 juta pada tahun 2011, tahun 2012, dan 2013 angka ini meningkat menjadi sekitar 45 juta dan 71 juta (data BPS), dan pada tahun 2014 menjadi 74,5 juta.

Jumlah UK yang ada meningkat dengan pesat, dari sekitar 7 ribu pada tahun 2011 menjadi sekitar 40 juta pada tahun 2014. Sementara itu total volume usaha, usaha kecil dengan modal di bawah Rp. 1 miliar yang merupakan 99,85% dari total unit usaha, mampu menyerap 88,59% dari total tenaga kerja pada tahun yang sama. Melihat sumbangan pada perekonomian yang semakin penting, UK seharusnya mendapat perhatian yang semakin besar dari para pengambil kebijakan. Khususnya lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab atas perkembangan UK.

Pengembangan UK di Indonesia selama ini dilakukan oleh Kantor Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kementerian Negara KUKM). Selain Kementerian Negara KUKM, instansi yang lain seperti Depperindag, Depkeu, dan BI juga melaksanakan fungsi pengembangan UKM sesuai dengan wewenang masing-masing. Depperindag melaksanakan fungsi pengembangan Industri Kecil (IK) dengan menyusun Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil tahun 2011-2012. Demikian juga Departemen Keuangan melalui SK Menteri Keuangan (Menkeu) No.316/KMK.016/1994 mewajibkan BUMN untuk menyisihkan 1-5% laba perusahaan bagi pembinaan usaha kecil dan koperasi (PUKK). Bank Indonesia sebagai otoritas keuangan dahulu mengeluarkan peraturan mengenai kredit bank untuk UKM, meskipun akhir-akhir ini tidak ada kebijakan khusus terhadap Perbankan mengenai pemberian kredit ke usaha kecil lagi. Demikian juga kantor ataupun instansi lain yang terlibat dalam "bisnis" UK juga banyak.

Meski banyak yang terlibat dalam pengembangan UK namun tugas pengembangam UK yang dilimpahkan kepada instansi-instansi

tersebut diwarnai banyak isu negatif misalnya politisasi terhadap UK, serta pemberian dana subsidi JPS yang tidak jelas dan tidak terarah. Demikian juga kewajiban BUMN untuk menyisihkan labanya 1 - 5% juga tidak dikelola dan dilaksanakan dengan baik. Kebanyakan BUMN memilih persentase terkecil, yaitu 1 %, sementara banyak UK yang mengaku kesulitan mengakses dana tersebut. Selain itu kredit perbankan juga sulit untuk diakses oleh UK, diantaranya karena prosedur yang rumit serta banyaknya UK yang belum Bankable.

Apalagi BI tidak lagi membantu usaha kecil dalam bidang permodalan secara langsung dengan diberlakukannya UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia.

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian serta pembangunan daerah merupakan tanggung jawab bersama antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah serta masyarakat. Untuk memenuhi tanggung jawab tersebut dan dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah, Pemerintah Pusat memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri, termasuk bidang perekonomian masyarakat daerahnya. Dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat khususnya di daerah, pemerintah daerah perlu mengembangkan potensi-potensi ekonomi masyarakat seperti usaha menengah dan usaha kecil, termasuk sektor informal.

Mengingat usaha kecil merupakan integral dari perekonomian nasional yang mempunyai peran strategis, dalam menopang laju pertumbuhan ekonomi daerah dalam mewujudkan penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi secara luas dan penurunan angka kemiskinan, untuk itu perlu adanya suatu *political will* dari pemerintah daerah guna melakukan upaya perlindungan, pengembangan, pembinaan dan pemberdayaan usaha kecil. Berdasarkan pemikiran tersebut, perlu dilakukan pengkajian mengenai perlindungan usaha kecil di Kabupaten Pati. Urgensi ini semakin kuat karena hingga saat ini belum ada peraturan daerah (perda) Kabupaten Pati yang secara khusus mengatur mengenai hal tersebut secara komprehensif, tidak sekedar melihat dari sisi ekonomi tapi juga sisi politik, pemerintahan, dan sosial-budaya.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, secara umum Usaha Kecil menghadapi 3 (tiga) permasalahan utama, yaitu dari aspek finansial, organisasi manajemen (non finansial) dan aspek regulasi. Ketiga aspek tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Aspek Finansial

Masalah yang termasuk dalam masalah finansial di antaranya adalah (Urata, 2000):

- a. kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UK;
 - b. tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UK;
 - c. biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil;
 - d. kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai;
 - e. bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi;
 - f. banyak UK yang belum bankable, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.
2. Aspek Organisasi Manajemen (Aspek Nonfinansial)
- Sedangkan termasuk dalam masalah organisasi manajemen (non-finansial) diantaranya adalah:
- a. kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan quality control yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan;
 - b. kurangnya pengetahuan akan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UK mengenai pasar, selain karena ketetbatasan kemampuan UK untuk menyediakan produk/ jasa yang sesuai dengan keinginan pasar;
 - c. keterbatasan sumber daya manusia (SDM) serta kurangnya sumber daya untuk mengembangkan SDM;
 - d. kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi. Di samping dua permasalahan utama di atas, UK juga menghadapi permasalahan linkage dengan perusahaan serta ekspor.

Permasalahan yang terkait dengan linkage antar perusahaan di antaranya sebagai berikut:

- a. Industri pendukung yang lemah;
- b. UKM yang memanfaatkan/menggunakan sistem *cluster* dalam bisnis belum banyak.

Sedangkan permasalahan yang terkait dengan ekspor di antaranya sebagai berikut:

- a. kurangnya informasi mengenai pasar ekspor yang dapat dimanfaatkan;
- b. kurangnya lembaga yang dapat membantu mengembangkan ekspor;
- c. sulitnya mendapatkan sumber dana untuk ekspor;

d. Pengurusan dokumen yang diperlukan untuk ekspor yang birokratis.

Beberapa hal yang ditengarai menjadi faktor penyebab permasalahan-permasalahan di atas adalah:

- a. pelaksanaan undang-undang dan peraturan yang berkaitan dengan UK, termasuk masalah perpajakan yang belum memadai;
- b. masih terjadinya *mismatch* antara fasilitas yang disediakan oleh pemerintah dan kebutuhan UKM; serta kurangnya *linkage* antar UK sendiri atau antara UK dengan industri yang lebih besar (Urata, 2000). Hal ini tentunya membutuhkan penanganan yang serius serta terkait erat dengan kebijakan pemerintah yang dibuat untuk mengembangkan UK.

3. Aspek Regulasi

Permasalahan UK juga tidak terlepas dari aspek regulasi, bahkan dalam definisi berdasarkan UU No.9/1995, yang dimaksud dengan Usaha Kecil adalah usaha yang memenuhi kriteria:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 miliar;
- c. milik WNI;
- d. berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung, maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar; dan berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Di mana Bank Indonesia cenderung untuk menggunakan kriteria ini, antara lain ketika menuliskan kriteria usaha kecil dalam Peraturan Bank Indonesia yang berkaitan dengan Pemberian Kredit Usaha Kecil (PBI No. 3/2/PBI/2001). Disebutkan bahwa kriteria Usaha Kecil (UK) merujuk pada UU No.9/1995. Depperindag juga mengeluarkan ketentuan sendiri tentang industri skala kecil menengah (IKM) yang dituangkan dalam Keputusan Menpperindag (Kepmen pperindag) No.257/MPP/Kep/7/1997.

Kepmenpperindag menyebutkan bahwa yang termasuk dengan IKM adalah usaha dengan nilai investasi maksimal Rp. 5 miliar termasuk tanah dan bangunan. Sedangkan BPS juga membagi jenis IKM berdasarkan besarnya jumlah pekerja, yaitu:

- (a) kerajinan rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja di bawah 3 orang termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar,
- (b) usaha kecil, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 - 9 orang,
- (c) usaha menengah, sebanyak 20-99 orang.

Adanya berbagai macam penetapan definisi mengenai UK membawa berbagai konsekuensi yang strategis. Definisi merupakan konsensus terhadap entitas UK sebagai dasar formulasi kebijakan yang akan diambil, sehingga paling tidak, ada dua tujuan adanya definisi yang jelas mengenai UK, yaitu pertama, untuk tujuan administratif dua pengaturan; serta kedua, tujuan yang berkaitan dengan pembinaan (German Agency Far Technical Cooperation, 2002). Tujuan pertama berkaitan dengan ketentuan yang mengharuskan suatu perusahaan memenuhi kewajiban, seperti membayar pajak, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta mematuhi ketentuan ketenagakerjaan seperti keamanan dan hak pekerja lainnya. Sementara tujuan kedua lebih pada pembuatan kebijakan yang terarah seperti upaya pembinaan, peningkatan kemampuan teknis, serta kebijakan pembiayaan untuk UK. Meskipun perbedaan-perbedaan ini bisa dipahami dari segi tujuan masing-masing lembaga, namun kalangan yang terlibat dengan kelompok UK seperti pembuat kebijakan, konsultan, dan para pengambil keputusan akan menghadapi kesulitan dalam melaksanakan tugasnya. Seperti halnya kesulitan dalam mendata yang akurat dan konsisten, mengukur sumbangan UK bagi perekonomian, dan merancang regulasi/kebijakan yang fokus dan terarah. Oleh karena itulah, upaya untuk membuat kriteria yang lebih relevan dengan kondisi saat ini yang universal di seluruh Indonesia perlu dilakukan. Berdasarkan hal-hal tersebut di atas terutama dari ketiga aspek yaitu aspek finansial, aspek non finansial dan aspek regulasi, maka dalam rangka memberikan landasan ilmiah bagi Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil, disusunlah naskah akademik dengan melakukan pengkajian dan penelitian yang mendalam mengenai beberapa rumusan masalah:

1. Apakah urgensi dibentuknya Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil?
2. Bagaimana langkah harmonisasi hukum yang perlu diperhatikan dalam perumusan Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil, khususnya terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik yang kedudukannya lebih tinggi maupun yang sama?
3. Hal-hal apa saja yang sebaiknya menjadi muatan dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil?

C. Maksud dan Tujuan

Naskah akademik merupakan landasan dalam menyusun suatu rancangan peraturan perundang-undangan, dalam hal ini Peraturan Daerah (Perda). Melalui naskah akademik akan dikemukakan landasan-

landasan filosofis, sosiologis, dan yuridis serta kondisi psikopolitik masyarakat yang mendukung perlunya dibuat suatu peraturan perundang-undangan, maka Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah ini pada dasarnya dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengelaborasi konsep-konsep dan dasar-dasar serta gagasan-gagasan pemikiran yang diperlukan bagi perumusan Rancangan Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil.

Sedangkan tujuan disusunnya Naskah Akademik Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil adalah:

1. Agar materi Naskah Akademik yang memuat konsep-konsep, gagasan, dan pemikiran dasar ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam rangka penguatan dalam suatu Rancangan Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil.
2. Memberikan argumentasi akademik kepada Pemerintah Provinsi Jawa Tengah tentang urgensi dan kerangka pembentukan Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil.
3. Menyerap aspirasi masyarakat tentang substansi pembentukan Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil.

D.Manfaat

Manfaat kegiatan penyusunan naskah akademik rancangan Perda dan Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil adalah :

1. Naskah akademik ini dapat menjadi acuan bagi perumusan rancangan Perda dan Perda tentang Perlindungan Usaha Kecil.
2. Naskah ini memuat kondisi eksisting potensi dan permasalahan dalam pengelolaan usaha kecil di Kabupaten Pati, serta memuat isu-isu strategis yang perlu diantisipasi dalam pengelolaan pengelolaan usaha kecil di Kabupaten Pati tersebut.
3. Dengan adanya naskah akademik yang disusun dari hasil pengkajian, maka diharapkan materi rancangan Perda tentang Perlindungan Usaha Kecil dapat memuat berbagai potensi dan mengantisipasi tantangan bidang ini di masa mendatang.

E.Luaran (Output) Kegiatan

Kegiatan ini akan menghasilkan luaran berupa:

1. Naskah akademik yang memuat tinjauan konseptual tentang pengelolaan Usaha Kecil sebagai bahan pertimbangan yang obyektif dalam merumuskan Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil.
2. Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil.

F. Metode Kegiatan

Metode kegiatan dilakukan melalui kajian dokumentasi terhadap berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik dalam skala nasional maupun lokal guna memperoleh gambaran tentang pengelolaan usaha kecil. Studi ini kemudian dilengkapi dengan kajian teoritis yang dipadukan dengan pendekatan analisis kebijakan untuk menyusun kerangka pengelolaan usaha kecil. Selain pengumpulan data sekunder melalui dokumen-dokumen dan kebijakan eksisting, juga dilakukan *focus group discussion* (FGD) dengan mengundang para pihak yang terkait dengan penyelenggaraan pemerintahan di Kabupaten Pati. Para pihak yang hadir pada FGD meliputi:

1. Bagian Pemerintahan Sekretariat Daerah Kabupaten Pati.
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pati.
3. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati.
4. Biro Hukum Kabupaten Pati.
5. Lembaga Swadaya Masyarakat Kabupaten Pati.
4. Akademisi.

FGD diselenggarakan untuk mendengar aspirasi dari berbagai stakeholders, sehingga dapat diperoleh informasi obyektif mengenai kondisi dan kebutuhan pengusaha kecil. Data dan informasi yang diperoleh dari seluruh teknik pengumpulan data selanjutnya diolah dan dianalisis melalui metode delphi dengan melibatkan para pakar di bidang terkait, yakni bidang kebijakan, ekonomi, dan hukum untuk kepentingan penyusunan materi legal drafting rancangan perda.

G. Sistematika Penulisan

Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil ini terdiri dari 5 (lima) bab, yang memuat materi-materi sebagai berikut:

Bag I PENDAHULUAN

Berisi mengenai:

latar belakang kajian,

permasalahan,

maksud dan tujuan,

manfaat,

luaran (output) kegiatan,

metode kegiatan serta sistematikan penulisan.

Bag. II TELAAHAN AKADEMIK

Berisi mengenai:

kajian yuridis,

kajian ekonomi dan kajian kebijakan publik.

Bag. III PENYELENGGARAAN PERLINDUNGAN USAHA KECIL

Berisi mengenai:

Tinjauan konseptual penyelenggaraan Perlindungan Usaha Kecil,

Penyelenggaraan Perlindungan Usaha Kecil di Kabupaten Pati,

Isu-isu strategis dalam penyelenggaraan Perlindungan Usaha Kecil di Kabupaten Pati,

Arah kebijakan penyelenggaraan Perlindungan Usaha Kecil di Kabupaten Pati.

Bag. IV URGENSI PERDA TENTANG PERLINDUNGAN USAHA KECIL

Berisi mengenai:

Landasan pemikiran dan urgensi pembentukan peraturan daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil serta manfaat dan konsekuensi keberadaan peraturan daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil.

Bag. V MATERI PERDA PERLINDUNGAN USAHA KECIL

Berisi mengenai konsideran, dasar hukum, ketentuan umum, materi pokok yang diatur, ketentuan peralihan, ketentuan penutup dan lampiran.

Bag. VI PENUTUP

H. Telaah Akademik

A. Kajian Filosofis

Undang-undang selalu mengandung norma-norma hukum yang diidealkan (*ideal norms*) oleh suatu masyarakat ke arah mana cita-cita luhur kehidupan bermasyarakat dan bernegara hendak diarahkan. Karena itu, undang-undang dapat digambarkan sebagai cermin dari cita-cita kolektif yang hendak diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui pelaksanaan undang-undang yang bersangkutan dalam kenyataan. Karenaitu, cita-cita filosofis yang terkandung dalam undang-undang itu hendaknya mencerminkan cita-cita filosofis yang dianut masyarakat bangsa yang bersangkutan itu sendiri.

Artinya, jangan sampai citacita filosofis yang terkandung di dalam undang-undang tersebut justru mencerminkan falsafah kehidupan bangsa lain yang tidak cocok dengan cita-cita filosofis bangsa sendiri. Karena itu, dalam konteks kehidupan bernegara, Pancasila sebagai falsafah haruslah tercermin dalam pertimbangan-pertimbangan filosofis yang terkandung di dalam setiap undang-undang. Undang-undang

Republik Indonesia tidak boleh melandasi diri berdasarkan falsafah hidup bangsa dan negara lain.

Artinya, Pancasila itulah yang menjadi landasan filosofis semua produk undang-undang Republik Indonesia berdasarkan UUD 1945. Setiap masyarakat selalu mempunyai *rechtsidee* yakni apa yang masyarakat harapkan dari hukum, misalnya hukum diharapkan untuk menjamin adanya keadilan, kemanfaatan dan ketertiban maupun kesejahteraan. Cita hukum atau *rechtsidee* tumbuh dalam sistem nilai masyarakat tentang baik dan buruk, pandangan mereka mengenai hubungan individual dan kemasyarakatan dan lain sebagainya termasuk pandangan tentang dunia gaib. Semua ini bersifat filosofis, artinya menyangkut pandangan mengenai inti atau hakikat sesuatu. Hukum diharapkan mencerminkan sistem nilai baik sebagai sarana yang melindungi nilai-nilai maupun sebagai sarana mewujudkannya dalam tingkah laku masyarakat.

Menurut Rudolf Stammier, cita hukum adalah konstruksi pikiran yang merupakan keharusan untuk mengarahkan hukum pada cita-cita yang diinginkan masyarakat. Selanjutnya Gustav Radbruch seorang ahli filsafat hukum seperti Stammler dari aliran Neo-Kantian menyatakan bahwa cita hukum berfungsi sebagai tolak ukur yang bersifat regulatif dan konstruktif. Tanpa cita hukum, hukum akan kehilangan maknanya.

Dalam pembentukan peraturan perundang-undangan proses terwujudnya nilai-nilai yang terkandung cita hukum ke dalam norma hukum tergantung pada tingkat kesadaran dan penghayatan akan nilai-nilai tersebut oleh para pembentuk peraturan perundang-undangan. Tiadanya kesadaran akan nilai-nilai tersebut dapat terjadi kesenjangan antara cita hukum dan norma hukum yang dibuat. Oleh karena itu dalam Negara Indonesia yang memiliki cita hukum Pancasila sekaligus sebagai norma fundamental negara, maka hendaknya peraturan yang hendak dibuat khususnya Peraturan Daerah Kabupaten Pati Tentang Perlindungan Usaha Kecil dan Sektor Informal hendaknya diwarnai dan dialiri nilai-nilai yang terkandung di dalam cita hukum tersebut. Cita hukum dalam pengaturan pengelolaan usaha kecil, di antaranya adalah asas demokrasi ekonomi, keseimbangan, kemanfaatan umum, keadilan, kemandirian serta transparansi dan akuntabilitas.

Asas Demokrasi Ekonomi mengandung arti bahwa setiap warga negara memiliki hak dan kewajiban yang sama dalam menggali serta mengembangkan potensinya dalam upaya peningkatan ekonomi. Asas Keseimbangan mengandung pengertian keseimbangan antara fungsi aspek yang saling berkaitan, seperti; fungsi sosial, fungsi lingkungan hidup, dan fungsi ekonomi. Asas Kemanfaatan Umum mengandung pengertian bahwa pengelolaan usaha kecil dan sektor informal

dilaksanakan untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan umum secara efektif dan efisien.

Asas Keadilan mengandung pengertian bahwa pengelolaan usaha kecil dan sektor informal dilakukan secara merata ke seluruh lapisan masyarakat khususnya di wilayah Kabupaten Pati, sehingga setiap warga negara berhak memperoleh kesempatan dan perlakuan yang sama untuk berperan dalam meningkatkan perekonomian.

Asas Kemandirian mengandung pengertian bahwa pengelolaan usaha kecil dan sektor informal dilakukan dengan memperhatikan kemampuan dan keunggulan para pelaku usaha. Asas Transparansi dan Akuntabilitas mengandung pengertian bahwa pengelolaan usaha kecil dan sektor informal dilakukan secara terbuka dan dapat dipertanggung-jawabkan.

B. Kajian Yuridis Normatif

Kajian yuridis normatif atau penelitian hukum normatif disebut juga penelitian doktrinal. Pada penelitian hukum jenis ini hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas. Oleh karena itu:

Pertama:

Sebagai sumber datanya hanyalah data sekunder, yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, atau data tersier.

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yaitu Peraturan Perundang-undangan.
2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian, atau pendapat pakar hukum.
3. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus (hukum), ensiklopedia.

Kedua:

Karena penelitian hukum normatif sepenuhnya menggunakan data sekunder (bahan kepustakaan), penyusunan kerangka teoretis yang bersifat tentatif (skema) dapat ditinggalkan, tetapi penyusunan kerangka konsepsional mutlak diperlukan. Dalam penyusunan kerangka konsepsional, dapat dipergunakan perumusan-perumusan yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar penelitian.

Ketiga:

Dalam penelitian hukum normatif tidak diperlukan hipotesis, walaupun ada, hanya hipotesis kerja.

Keempat:

Konsekuensi dari (hanya) menggunakan data sekunder, maka pada penelitian hukum normatif tidak diperlukan sampling, karena data sekunder (sebagai sumber utamanya) memiliki bobot dan kualitas tersendiri yang tidak bisa diganti dengan data jenis lainnya. Biasanya penyajian data dilakukan sekaligus dengan analisisnya. Landasan yuridis dalam perumusan setiap undang-undang haruslah ditempatkan pada bagian Konsideran "Mengingat".

Dalam Konsideran mengingat ini harus disusun secara rinci dan tepat mengenai:

- (i) ketentuan UUD 1945 yang dijadikan rujukan, termasuk penyebutan pasal dan ayat atau bagian tertentu dari UUD 1945 harus ditentukan secara tepat;
- (ii) undang-undang lain yang dijadikan rujukan dalam membentuk undang-undang yang bersangkutan, yang harus jelas disebutkan nomornya, judulnya, dan demikian pula dengan nomor dan tahun Lembaran Negara dan Tambahan Lembaran Negara.

Biasanya, penyebutan undang-undang dalam rangka Konsideran "Mengingat" ini tidak disertai dengan penyebutan nomor pasal ataupun ayat. Penyebutan pasal dan ayat hanya berlaku untuk penyebutan undang-undang dasar saja. Misalnya, mengingat Undang-Undang No. 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan.

Kerangka konseptual merupakan gambaran bagaimana hubungan antara konsep-konsep yang akan diteliti. Konsep (*concept*) adalah kata yang menyatakan abstraksi yang digeneralisasikan dari gejala-gejala tertentu. Misalnya konsep tentang pencurian, kejahatan, demokrasi, Keputusan Tata Usaha Negara (KTUN), wanprestasi, birokrasi, pembunuhan, kesewenang-wenangan, ketaatan, kesadaran, dan masih banyak konsep-konsep lainnya yang dikenal dalam disiplin ilmu hukum.

Perundang-Undangan. Artinya, undang-undang itu dijadikan dasar yuridis dalam Konsideran mengingat itu sebagai suatu kesatuan sistem norma.

C. Kajian Sosiologis

Pada kajian hukum atau penelitian hukum yang sosiologis, hukum dikonsepsikan sebagai pranata sosial yang secara riil dikaitkan dengan variabel-variabel sosial yang lain. Apabila hukum sebagai gejala sosial yang empiris sifatnya, dikaji sebagai variabel bebas/sebab (*independent variable*) yang menimbulkan pengaruh dan akibat pada berbagai aspek kehidupan sosial, kajian itu merupakan kajian hukum

yang sosiologis (*socio-legal research*). Namun, jika hukum dikaji sebagai variabel tergantung/akibat (*dependent variable*) yang timbul sebagai hasil dari berbagai kekuatan dalam proses sosial, kajian itu merupakan kajian sosiologi hukum (*sociology of law*). Perbedaan antara penelitian hukum normatif dengan penelitian hukum sosiologis, dapat diuraikan karakteristik yang dimiliki oleh penelitian hukum sosiologis:

1. Seperti halnya pada penelitian hukum normatif yang (hanya) menggunakan bahan kepustakaan sebagai data sekundernya, maka penelitian hukum yang sosiologis, juga menggunakan data sekunder sebagai data awalnya, yang kemudian dilanjutkan dengan data primer atau data lapangan. Dengan demikian, penelitian hukum yang sosiologis tetap bertumpu pada premis normatif, berbeda dengan penelitian ilmu-ilmu sosial yang hendak mengkaji hukum, di mana hukum “ditempatkan” sebagai *dependent variable*, oleh karena itu, premis sosiallah yang menjadi tumpuannya.
2. Definisi operasionalnya dapat diambil dari peraturan perundang-undangan, khususnya terhadap penelitian yang hendak meneliti efektivitas suatu undang-undang.
3. Hipotesis kadang-kadang diperlukan, misalnya penelitian yang ingin mencari hubungan (korelasi) antara berbagai gejala atau variabel.
4. Akibat dari jenis datanya (data sekunder dan data primer), maka alat pengumpul datanya terdiri dari studi dokumen, pengamatan (observasi), dan wawancara (*interview*).

PENYELENGGARAAN PERLINDUNGAN USAHA KECIL

A. Gambaran Umum Usaha Kecil

1. Potensi dan Tantangan

Saat krisis melanda negara ini tahun 1997, sektor informal terbukti mampu menunjukkan ketangguhan dan mampu menjadi peredam (*buffer*) gejolak dipasar kerja perkotaan dengan menampung limpahan jutaan buruh korban pemutusan hubungan kerja (PHK) di sektor formal. Keberadaan sektor informal membuat angka pengangguran dan kemiskinan tidak meledak sedahsyat yang ditakutkan. Pasca krisis, sektor informal kembali menjadi katup pengaman di tengah ketidakmampuan pemerintah dan sektor formal menyediakan lapangan kerja. Dalam enam tahun terakhir, nyaris tidak ada tambahan lapangan kerja baru di sektor formal, yang terjadi justru penciutan. Menurut data Badan Pusat statistik (BPS), sektor informal menyerap 70 persen angkatan kerja yang bekerja dewasa ini, sementara sektor formal hanya 30 persen. Sektor informal yang diwakili usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyumbang 55,8 persen produk domestik bruto

(PDB) tahun 2012 dan 19 persen dari total ekspor. Beberapa pengamat cenderung menilai bahwa sektor informal inilah yang dalam beberapa tahun belakangan ini telah berfungsi sebagai katup pengaman atau bahkan sebagai “jaringan pengaman sosial” yang paling utama di Indonesia saat ini (The Straits Times, 2/12/2002) bukan program-program resmi yang diluncurkan pemerintah seperti JPS. Penghasilan dari sektor informal mungkin tidak cukup besar, namun bebas dari pajak dan pungutan-pungutan lainnya. Tiadanya biaya semacam ini akan berguna untuk mengimbangi kemerosotan daya beli akibat krisis ekonomi. Dengan demikian, sektor informal memang cenderung meningkat di masa krisis ekonomi. Dalam kasus Amerika Latin, studi Loayza menemukan salah satu variabel yang menentukan besarnya sektor informal adalah PDB riil perkapita (Azuma dan Grossman, 2002).

Menurut Alisjahbana (2003) dalam bukunya *Urban Hidden Economy: Peran Tersembunyi Sektor Informal Perkotaan*, sektor informal memiliki daya absorpsi tinggi dan tidak berkawasan jenuh. Kesimpulan ini antara lain didapat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hampir setengah kerja di daerah perkotaan bekerja di luar sektor formal. Perkembangan sektor informal pada saat ini mendapatkan sorotan yang serius oleh pemerintah, khususnya pemerintah daerah dengan adanya otonomi daerah. Oleh sebab itu, otonomi daerah merupakan suatu proses yang memerlukan transformasi paradigmatik dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Ditinjau dari aspek ekonomi, perubahan yang utama terletak pada perspektif bahwa sumber-sumber ekonomi yang tersedia di daerah harus dikelola secara mandiri dan bertanggung jawab, yang hasilnya lebih diorientasikan pada kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, pembangunan ekonomi daerah yang mengarah kepada pemberdayaan masyarakat harus mendapatkan perhatian yang serius, termasuk sektor informal.

Ciri dari sektor informal ini adalah upah atau gaji yang tidak tetap, rendah, serta tidak cukup memadai. Produktivitasnya tidak maksimal karena sektor informal tidak menggunakan teknologi atau peralatan yang modern. Keterampilan tenaga kerja kurang berkualitas relatif dibandingkan dengan tenaga kerja di sektor formal. Sebaliknya, jika sistem ekonomi berjalan dengan baik, eksistensi sektor informal surut dan kecil. Sektor formal bekerja efektif untuk menyerap tenaga kerja yang masuk ke pasar kerja. Dalam banyak kasus di negara-negara lain, sektor industri, perdagangan, dan jasa lainnya justru kekurangan tenaga kerja karena pekerjaan yang tersedia lebih banyak dari pada penawaran tenaga kerja. Itu berarti sistem ekonomi berjalan secara formal dengan produktivitas yang lebih baik. Di negara-negara industri seperti ini justru terjadi fenomena sebaliknya, yaitu labor shortage, kekurangan tenaga

kerja. Korea Selatan, Jepang, dan Hongkong banyak mengimpor tenaga kerja karena berbagai sektor industri dan jasa kekurangan tenaga kerja.

Dengan demikian, sektor informal di negara-negara tersebut susut, mengecil bahkan lenyap. Tenaga kerja kebanyakan terserap pada sektor formal dengan upah yang tinggi dan produktivitas yang terus meningkat. Pada kasus ini kebijakan ekonomi yang dilaksanakan pemerintah berhasil. Sistem tidak berjalan baik karena ada masalah di hulu, yaitu faktor ekonomi politik. Contohnya, kebijakan ekonomi pada masa penjajahan sampai pemerintahan Orde Baru. Meskipun sudah mengantar ekonomi modern, pemerintahan Orde Baru tetap gagal melenyapkan dualisme ekonomi. Pemerintahan Orde Baru membangun sistem ekonomi dengan sentralisasi yang kuat, kebijakan bersifat monopoli, praktik perburuan rente ekonomi, dan pemberian lisensi khusus untuk golongan tertentu saja. Politik dan kebijakan ekonomi seperti itu menghasilkan kesenjangan antar golongan kecil yang mendapat kesempatan khusus dari kekuasaan dengan masyarakat luas yang kehilangan akses terhadap sumber-sumber ekonomi. Lebih jauh, dampak dari politik ekonomi yang bersifat elitis seperti ini terlihat pada maraknya sektor informal, yang meluas di berbagai sektor ekonomi.

Akses terhadap hukum, birokrasi, tanah, keuangan, dan sumber mempertimbangkan kebijakan umum pemerintah di bidang perekonomian.

Pasal 10(1)

Dalam rangka menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, Bank Indonesia berwenang: menetapkan sasaran-sasaran moneter dengan memperhatikan sasaran laju inflasi; melakukan pengendalian moneter dengan menggunakan cara-cara yang termasuk tetapi tidak terbatas pada:

- 1) operasi pasar terbuka di pasar uang baik rupiah maupun valuta asing;
- 2) penetapan tingkat diskonto;
- 3) penetapan cadangan wajib minimum;
- 4) pengaturan kredit atau pembiayaan.

Pasal 11(1)

Bank Indonesia dapat memberikan kredit atau pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah untuk jangka waktu paling lama 90 (sembilan puluh) hari kepada Bank untuk mengatasi kesulitan pendanaan jangka pendek Bank yang bersangkutan.

Pasal 11(2)

Pelaksanaan pemberian kredit atau pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah, wajib dijamin oleh Bank penerima dengan agunan yang berkualitas tinggi dan mudah dicairkan yang nilainya minimal sebesar jumlah kredit atau pembiayaan yang diterimanya.

Pasal 11(4)

Dalam hal suatu Bank mengalami kesulitan keuangan yang berdampak sistemik dan berpotensi mengakibatkan krisis yang membahayakan sistem keuangan, Bank Indonesia dapat memberikan fasilitas pembiayaan darurat yang pendanaannya menjadi beban Pemerintah.

Pasal 11(5)

Ketentuan dan tata cara pengambilan keputusan mengenai kesulitan keuangan Bank yang berdampak sistemik, pemberian fasilitas pembiayaan darurat, dan sumber pendanaan yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara diatur dalam undang-undang tersendiri, yang ditetapkan selambat-lambatnya akhir tahun 2004.

5) Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang dimuat dalam:

Pasal 13:

Urusan wajib yang menjadi kewenangan pemerintahan daerah provinsi merupakan urusan dalam skala provinsi yang meliputi:

- perencanaan dan pengendalian pembangunan;
- perencanaan, pemanfaatan, dan pengawasan tata ruang;
- penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat;
- penyediaan sarana dan prasarana umum;
- penanganan bidang kesehatan;
- penyelenggaraan pendidikan dan alokasi sumber daya manusia potensial;
- penanggulangan masalah sosial lintas kabupaten/kota;
- pelayanan bidang ketenagakerjaan lintas kabupaten/kota;
- fasilitasi pengembangan koperasi, usaha kecil, dan menengah termasuk lintas kabupaten /kota;
- pengendalian lingkungan hidup;
- pelayanan pertanahan termasuk lintas kabupaten/kota;
- pelayanan kependudukan, dan catatan sipil;
- pelayanan administrasi umum pemerintahan;
- pelayanan administrasi penanaman modal termasuk lintas kabupaten/kota;
- penyelenggaraan pelayanan dasar lainnya yang belum dapat dilaksanakan oleh kabupaten /kota; dan
- urusan wajib lainnya yang diamanatkan oleh peraturan perundang-undangan.

Pasal 13 (2)

Urusan pemerintahan provinsi yang bersifat pilihan meliputi urusan pemerintahan yang secara nyata ada dan berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi, kekhasan, dan potensi unggulan daerah yang bersangkutan.

Pasal 14 (1)

Urusan wajib yang menjadi kewenangan pemerintahan daerah untuk kabupaten/kota merupakan urusan yang berskala kabupaten/kota meliputi:

- perencanaan dan pengendalian pembangunan;
- perencanaan, pemanfaatan, dan pengawasan tata ruang;
- penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat;
- penyediaan sarana dan prasarana umum;
- penanganan bidang kesehatan;
- penyelenggaraan pendidikan;
- penanggulangan masalah sosial;
- pelayanan bidang ketenaga kerjaan;
- fasilitasi pengembangan koperasi, usaha kecil dan menengah;
- pengendalian lingkungan hidup;
- pelayanan pertanahan;
- pelayanan kependudukan, dan catatan sipil;
- pelayanan administrasi umum pemerintahan;
- pelayanan administrasi penanaman modal;
- penyelenggaraan pelayanan dasar lainnya; dan
- urusan wajib lainnya yang diamanatkan oleh peraturan perundang-undangan.

Pasal 14 (2)

Urusan pemerintahan kabupaten/kota yang bersifat pilihan meliputi urusan pemerintahan yang secara nyata ada dan berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi, kekhasan, dan potensi unggulan daerah yang bersangkutan.

- 6) Peraturan Bank Indonesia No.3/2/PBI/2001 tanggal 4 Januari 2001 tentang Pemberian Kredit Usaha Kecil juncto Surat Edaran Bank Indonesia No.3/9/BKt tanggal 17 Mei 2001 tentang Petunjuk Pasal 1 (2):

Kredit Usaha Kecil adalah kredit atau pembiayaan dari Bank untuk investasi dan atau modal kerja, yang diberikan dalam Rupiah dan atau Valuta Asing kepada nasabah usaha kecil dengan plafon kredit keseluruhan maksimum Rp. 500.000.000,00 untuk membiayai usaha yang produktif, selanjutnya disebut KUK.

2. Pelaksanaan Pemberian Kredit Usaha Kecil.

Pelaksanaan peraturan-peraturan dalam prakti pemberian kreditustru menghambat pengembangan usaha kecil, seperti termuat pada peraturan-peraturan berikut.

Peraturan-peraturan	Pusat yang	dianggap	Menghambat
Pengembangan Usaha	Kecil.		

- 1) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan:

Pasal 8 (1):

Dalam memberikan kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, bank umum wajib mempunyai keyakinan berdasarkan analisis yang mendalam atas itikad dan kemampuan serta kesanggupan nasabah debitur untuk melunasi utangnya atau mengembalikan pembiayaan dimaksud sesuai dengan yang diperjanjikan.

Pasal 8 ayat (1):

mewajibkan Bank Umum mempunyai keyakinan atas kemampuan dan kesanggupan debitur untuk melunasi hutangnya sesuai dengan yang diperjanjikan, dipertegas dalam penjelasannya, bahwa keyakinan diperoleh dari analisis yang mendalam, dimana *collateral* (agunan) merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan. Dikaitkan dengan kebebasan bagi bank dalam rangka SRB, maka dalam praktek *collateral* bukan sekedar pertimbangan, tetapi lebih cenderung pada kewajiban. Ketentuan ini merupakan ketentuan yang tidak tegas, bersifat ambigo. Khususnya apabila dibandingkan dengan UU 14 Tahun 1967 yang mewajibkan jaminan atas kredit.

Pasal 8 (2):

Bank Umum wajib memiliki Pedoman Perkreditan dan Pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. Prinsip kehati-hatian sebagaimana yang terdapat dalam UU Perbankan wajib dilaksanakan oleh setiap bank, dimana oleh bank sentral dalam hal ini adalah Bank Indonesia pelaksanaan diserahkan kepada masing-masing bank untuk menentukan sendiri model yang tepat. Hal ini akan memberikan kebebasan bagi Bank Umum untuk membuat aturan sesuai dengan keinginannya sendiri tanpa melihat siapa yang akan menjadi sasarannya, karena tidak semua nasabah atau pengguna jasa perbankan sama kondisinya (UKM).

- 2) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan serta berdasar SK Direksi Bank Indonesia No.27/162/KEP/DIR/1995 dan Surat Edaran Bank Indonesia No.27/7/UPPB/1995 tentang Kewajiban Penyusunan dan Pelaksanaan Perkreditan bagi Bank Umum Pasal 8 (2), UU Perbankan serta SK Direksi BI No.27/162/KEP/DIR/1995 dan SEBI No. 27/7/UPPB/1995 tentang Kewajiban Penyusunan dan Pelaksanaan Perkreditan bagi Bank Umum yang diuraikan lebih rinci pada bagian pedoman penyusunan perkreditan Maka membuka peluang praktek agunan

dan menjadi sesuatu yang bernilai wajib, sehingga ketentuan pasal 8 ayat (1) berikut penjelasannya menjadi kurang bermakna.

- 3) Peraturan Bank Indonesia No.3/2/PBI/2001 tanggal 4 Januari 2001 tentang Pemberian Kredit Usaha Kecil juncto Surat Edaran Bank Indonesia No. 3/9/BKr tanggal 17 Mei 2001 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemberian Kredit Usaha Kecil Pasal 1(2) Kredit Usaha Kecil adalah kredit atau pembiayaan dari Bank untuk investasi dan atau modal kerja, yang diberikan dalam Rupiah dan atau Valuta Asing kepada nasabah usaha kecil dengan plafon kredit keseluruhan maksimum Rp. 500.000.000,- untuk membiayai usaha yang produktif, selanjutnya disebut KUK. Pemberian KUK hanya diberikan kepada usaha kecil yang menjadi nasabah bank dan dipersyaratkan harus berbadan hukum, dan tidak sebutkan secara tegas dalam bunyi pasalnya apakah nasabah debitur ataukah nasabah kreditur, sehingga dapat menimbulkan multi tafsir dan membuka peluang yang memberatkan debitur, khususnya jika dilihat dalam penjelasan pasal tersebut hanya tertulis “cukup jelas”. Demikian juga ketentuan berbadan hukum hal ini sangat menyulitkan bagi usaha kecil yang tidak berbadan hukum.

Usaha yang berkembang dengan alamiah biasanya berada pada kondisi yang tidak pasti khususnya berkaitan dengan kepastian dalam berusaha. Usaha jenis ini akan dapat bertahan dan menuju pada pencapaian tingkatan yang menyebarkan keuntungan bersama jika diikuti dengan perlindungan dalam berusaha. Bagi usaha kecil dan sektor informal yang rapuh dan lemah dilihat dari aspek legalitas dan keberpihakan kebijakan publik sudah tentu memerlukan perlindungan yang utuh dan permanen. Perlindungan bagi usaha kecil dan sektor informal diarahkan sesuai dengan peruntukan atau porsi masing-masing. Sebab perlindungan yang tidak tepat sasaran justru sebaliknya menciptakan kondisi yang tidak produktif. Oleh sebab itu perlindungan bagi usaha kecil dan sektor informal dibagi dalam tujuh bentuk:

- 1). Perlindungan terhadap kepastian dalam berusaha/aspek permodalan.
 - 2). Perlindungan terhadap hak cipta produksi.
 - 3). Perlindungan terhadap pembagian wilayah pemasaran/tempat berusaha.
 - 4). Perlindungan atas tekanan dari kompetitor berskala besar.
 - 5). Perlindungan terhadap regulasi yang kurang menguntungkan.
 - 6). Perlindungan terhadap gangguan pungutan liar dan premanisme.
 - 7). Perlindungan kelangsungan usaha melalui asuransi (secara kolektif).
- Selain perlindungan dan pemberdayaan, pengejawantahan kebijakan pemerintah yang ramah terhadap usaha kecil dan sektor informal juga

perlu dikembangkan. Sektor informal adalah penyangga distorsi sistem ekonomi. Peranannya sangat penting. Namun pada saat yang sama ekonomi informal merupakan masalah sehingga harus diselesaikan dengan politik dan kebijakan ekonomi yang tepat.

Mengikut pendapat Rachbini (2006), paling tidak ada beberapa hal yang mesti dilakukan untuk menangani masalah sektor informal ini secara komprehensif.

Pertama adalah aspek kebijakan normatif-legal.

Peraturan yang terkait dengan pembangunan ekonomi harus ramah terhadap sektor informal dan menegaskan bahwa sektor ini merupakan bagian tak terpisahkan dari ekonomi. Eksistensinya secara eksplisit diakui sehingga bisa disentuh oleh program pembangunan. Sektor ini sesungguhnya merupakan bagian dari ekonomi rakyat dan karenanya secara normatif-legal harus ada arahan aksi kebijakan afirmatif.

Kedua adalah aspek kebijakan peranan.

Peranan Kementerian Negara urusan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah sangat diperlukan, termasuk Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara dan menteri sektoral lainnya. Kerja kolektif untuk memajukan sektornya masing-masing merupakan kebijakan yang baik untuk mengembangkan sektor formal dan menyusutkan jumlah sektor informal. Kebijakan yang penting adalah menurunkan biaya menjadi formal yang mahal, terutama dari hukum dan birokrasi. Artinya pemerintah dan birokrasi mesti efisien dan bisa membuat aturan main yang ramah terhadap pelaku ekonomi yang kecil maupun yang besar.

Ketiga adalah mobilisasi sumber daya, baik manajemen, keahlian, maupun keuangan. Kelembagaan pemerintah untuk mengatasi masalah sektor informal diperkuat dengan membuat kebijakan dan program, yang mampu memobilisasi berbagai sumber daya tersebut.

Keempat adalah peranan pemerintah daerah dan pembukaan akses terhadap tata ruang. Kebanyakan sektor informal tersebar di daerah, baik perkotaan maupun perdesaan (pertanian). Instrumen terdekat dengan sektor tersebut adalah pemerintah daerah, yang dengan sengaja mesti membuat kebijakandan program daerah untuk menyelesaikan masalah ekonomi informal ini.

Kelima adalah program langsung dalam rangka memperkuat keterampilan, keuangan, dan manajemen.

Program ini bersifat pembinaan, tetapi kemampuan pemerintah pusat maupun daerah terbatas. Selain itu, pemerintah daerah perlu menyediakan akses ruang publik agar ekonomi informal lebih baik kinerjanya. Dengan demikian, arah kebijakan perlindungan usaha kecil dan sektor informal berfokus pada penciptaan iklim usaha yang kompetitif, yang mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut:

1). Pendanaan

- 2). sarana dan prasarana
- 3). informasi usaha
- 4). Kemitraan
- 5). perizinan usaha
- 6). kesempatan berusaha
- 7). promosi dagang
- 8). dukungan kelembagaan

Pemberian status hukum bagi sektor informal adalah salah satu inti dari perlindungan dan pemberdayaan sektor informal. maka prasyarat utamanya adalah pelaku usaha di sektor informal itu harus telah memiliki lahan, rumah ataupun harta benda lainnya yang akan difasilitasi pengurusan keabsahan dokumen kepemilikannya untuk kemudian dijadikan jaminan dalam rangka memperoleh kredit dari bank. Masalahnya, belum tentu semua pelaku usaha sektor informal di Indonesia memiliki lahan dan rumah sendiri, ataupun harta benda lain yang bernilai signifikan. Banyak di antara mereka mungkin hanya menyewa rumah atau lahan untuk usahanya, atau bahkan tinggal di rumah yang tidak permanen di atas tanah milik pihak lain tanpa izin. Untuk itu, setidaknya ada dua hal yang dapat dilakukan pemerintah Indonesia untuk menyikapi masalah di atas.

Pertama:

Pemerintah dapat menerapkan model pembiayaan seperti yang dilakukan oleh Muhammad Yunus dengan Grameen Bank-nya di Bangladesh yang memberikan kredit tanpa jaminan untuk orang miskin namun memiliki kemauan untuk memperbaiki nasibnya. Dengan demikian, seorang pelaku usaha di sektor informal tidak harus memiliki lahan dan rumah untuk dijadikan jaminan kredit dari bank.

Kedua:

Karena secara faktual ada sektor informal di Indonesia yang hanya mengandalkan pengetahuan dan keterampilan, seperti misalnya pembuat sepatu atau barang kerajinan skala kecil, pembuat perkakas ringan, perancang busana, dan pengembang software individual, pemerintah dapat mensosialisasikan pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) atas hasil karya pelaku usaha tersebut, serta memberikan kemudahan dalam mengurus sertifikat HKI yang relevan untuk hasil karya mereka sebagai bukti kepemilikan yang sah. Hal ini penting, agar pelaku usaha mendapatkan perlindungan negara dari tindakan pihak lain yang mencoba meniru dan memanfaatkan secara komersil hasil karyanya itu tanpa izin pelaku usaha yang bersangkutan. Setelah mendapatkan sertifikat HKI itu, pemerintah harus membantu menjembatani pelaku usaha itu dengan pelaku usaha besar atau investor yang berminat memproduksi hasil karya itu secara massal, agar

pelaku usaha mampu bersaing dan tetap menjalankan usahanya karena adanya perlindungan, diantaranya adalah:

1). Perizinan usaha.

- a. Menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan perizinan satu pintu.
- b. Memberikan keringanan biaya perizinan usaha bagi usaha kecil dan sektor informal.

2). Kesempatan berusaha.

- a. Menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi pertambangan rakyat, lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima, serta lokasi lainnya.
- b. Menetapkan alokasi waktu berusaha untuk usaha kecil dan sektor informal di sub sektor perdagangan retail.
- c. Mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta mempunyai nilai seni budaya yang bersifat khusus dan turun temurun.
- d. Mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan oleh usaha kecil dan sektor informal melalui pengadaan secara langsung.
- e. Mengatur pengadaan barang atau jasa dan pemborongan kerja Pemerintah.
- f. Memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan.

3). Promosi dagang.

- a. Meningkatkan promosi produk usaha kecil dan sektor informal di dalam dan di luar negeri.
- b. Memperluas sumber pendanaan untuk promosi produk usaha kecil dan sektor informal di dalam dan di luar negeri.
- c. Memberikan insentif dan tata cara pemberian insentif untuk usaha kecil dan sektor informal yang mampu menyediakan pendanaan secara mandiri dalam kegiatan promosi produk di dalam dan di luar negeri.

2. Dukungan kelembagaan.

Mengembangkan dan meningkatkan fungsi inkubator, lembaga layanan pengembangan usaha, konsultan keuangan mitra bank, dan lembaga profesi sejenis lainnya sebagai lembaga penunjang pengembangan usaha kecil dan sektor informal.

3. Prioritas Kelompok Sasaran.

Pada hampir semua sektor-sektor ekonomi terdapat sektor informal, seperti perdagangan, jasa, industri manufaktur, pertanian, bangunan dan transportasi. Di sektor industri manufaktur, sektor informal mencakup mulai dari industri kecil dan industri rumah tangga hingga unit paling kecil yakni *self-employment*. Di sektor perdagangan, sektor informal mencakup pemilik toko kecil atau warung hingga pedagang

asongan. Di sektor jasa, mencakup bengkel sepeda dan alat-alat listrik dan toko mesin. Di sektor pertanian, termasuk petani kecil atau buruh tani. Di sektor bangunan, termasuk tukang yang bekerja sendiri. Sedangkan di sektor angkutan, kegiatan sektor informal mencakup taksi gelap dan ojek.

4. Usaha kecil mempunyai karakteristik yang hampir seragam.

Pertama,

Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan industri kecil dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.

Kedua,

rendahnya akses industri kecil terhadap lembaga-lembaga kredit formal sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber-sumber lain seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir.

Ketiga,

sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum dipunyainya status badan hukum.

Keempat,

dilihat menurut golongan industri tampak bahwa hampir sepertiga bagian dari seluruh industri kecil bergerak pada kelompok usaha industri makanan, minuman dan tembakau, diikuti oleh kelompok industri barang galian bukan logam, industri tekstil, dan industri kayu, bambu, rotan, rumput dan sejenisnya termasuk perabotan rumah tangga.

Secara umum sektor informal dapat dikelompokkan dalam tiga golongan:

Pertama: pekerja yang menjalankan sendiri modalnya yang sangat kecil.

Misalnya pedagang kaki lima, pedagang asongan, pedagang pasar, dan pedagang keliling. Sebagian besar pekerja informal tergolong dalam kelompok ini. Meskipun mereka bekerja mandiri, pekerja informal jenis ini secara ekonomis sangat tergantung pada orang lain, misalnya usahawan lain yang memasok barang dagangan untuk kelangsungan bisnis mereka.

Kedua: pekerja informal yang bekerja pada orang lain.

Biasanya mereka bekerja harian. Golongan ini termasuk buruh upahan yang bekerja pada pengusaha kecil atau pada suatu keluarga dengan perjanjian lisan dengan upah harian atau bulanan. Pembantu rumah tangga, buruh bangunan termasuk golongan ini.

Ketiga: pemilik suatu usaha yang sangat kecil.

Termasuk dalam kelompok ini para petani kecil dengan mempekerjakan satu atau beberapa buruh tani.

Contoh lain adalah pemilik kios kecil dengan mempekerjakan seorang pembantu.

5. Pemberdayaan dan Kemitraan

Departemen Tenaga Kerja telah mengembangkan kebijakan pembinaan sektor informal dengan empat pendekatan, yaitu mendorong usaha informal menjadi usaha formal, meningkatkan kemampuan usaha sektor informal yang sama, merencanakan lokasi baru bagi usaha sektor informal yang menimbulkan kerugian sosial dan mengalihkan usaha yang kurang memiliki prospek ke bidang usaha lain yang lebih prospektif. Secara umum, program-program tersebut cenderung membantu sektor informal dari segi manajemen dan permodalan. Pendekatan ini tampaknya tidak selalu berhasil dan lebih tepat bila ditujukan pada program pengembangan usaha kecil formal (*small scale business*). Hal ini disebabkan, selain permodalan menjadi masalah utama, pada sektor informal adalah rendahnya tingkat keterampilan dan pendidikan dari para pelakunya. Tidak mengherankan apabila kebijakan-kebijakan umum terhadap sektor ini di berbagai daerah dan/atau negara malah 'dimusuhi' sehingga mengurangi kredibilitas program. Tampaknya penting untuk memulihkan keadaan ini melalui perubahan dalam kebijakan-kebijakan dan sikap pemerintah, terutama Pemerintah Daerah Kabupaten Pati. Dalam hal ini, lembaga-lembaga swadaya masyarakat (LSM) dapat memainkan peranan positif yang berguna membantu sektor informal.

Pendekatan tersebut diperlukan agar dapat mengidentifikasi berbagai bentuk bantuan (misalnya: kredit, keterampilan, peralatan, teknologi pemasaran, prasarana) dan memberikan paket yang disesuaikan dengan kebutuhan. Hal tersebut dapat dilakukan misalnya dengan menerapkan kebijakan bantuan khusus seperti penyediaan tempat atau kios untuk membangun kinerja unit-unit sektor informal yang lebih baik. Pemberian kredit juga harus dilakukan oleh pemerintah daerah, misalnya kredit melalui program-program khusus untuk golongan lemah dan sektor informal, serta mengembangkan kemudahan dalam pemasaran.

Pemerintah daerah memfasilitasi dalam memberikan keterampilan kepada pelaku sektor informal sebagai suatu sarana untuk mobilitas pekerjaan bagi mereka juga merupakan upaya yang konstruktif. Peningkatan keterampilan untuk pelaku sektor informal misalnya, tidak harus memerlukan biaya sangat tinggi, karena dapat dilakukan secara kemitraan dengan lembaga non profit. Hal yang sama juga untuk penataan performa usaha, lembaga non profit yang

memiliki kapasitas di bidang ini dapat diajak kerjasama dengan pemerintah daerah.

Kerjasama antara pemerintah daerah dan lembaga non profit ini akan bermanfaat ganda, yakni selain bisa menekan biaya juga membuat program berjalan lebih efektif karena pelaku sektor informal umumnya masih respek terhadap lembaga-lembaga non profit dibanding kepada pemerintah daerah. Dewasa ini, kiranya sudah sangat diperlukan reorientasi pembinaan (pemberdayaan) kepada sektor informal yang mengacu pada peningkatan keterampilan, penataan performa usaha dan wilayah pemasaran. Selain itu, perlu adanya penataan aturan yang seimbang untuk menghindarkan perlakuan yang sewenang-wenang terhadap pelaku sektor informal dan sekaligus untuk menghindari kota dari kesemrawutan. Bagaimanapun, sektor informal yang tidak terkendali akan cenderung menyebabkan ketidaktertiban kota.

B. Isu-Isu Strategis

Dunia usaha yang terdiri dari usaha kecil, menengah dan besar merupakan pelaku usaha yang sangat dibutuhkan dalam menggerakkan roda perekonomian. Ketiga pelaku usaha tersebut akan saling sinergis (saling menguntungkan) jika ketiganya dapat bekerja sama satu sama lain dalam kerangka dan semangat maju bersama membangun perekonomian bangsa. Menurut catatan Dinas Koperasi Kabupaten Pati Jumlah UK di Kabupaten Pati saat ini mencapai 1500 meskipun data yang tersedia baru mencapai sekitar 1000 UK.

Data di atas menggambarkan jumlah Industri di kabupaten Pati pada tahun 2014 dengan kemungkinan daya serap tenaga kerjanya. Untuk Industri besar, baik yang bersifat PMA/PMDN maupun Non PMA/PMDN, terdapat tidak kurang dari 9 usaha besar dengan daya serap tenaga kerja kurang lebih 4.000 tenaga kerja. Sementara Industri menengah, dengan jumlah unit usaha sebanyak 30 diperkirakan dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 5.776 orang. Adapun Industri kecil, baik formal maupun non formal dengan jumlah sekitar 1.500 unit usaha dapat menyerap kurang lebih 6.000 tenaga kerja. Sementara dilihat dari jenis Industri unggulan di wilayah kabupaten Pati, menurut data Potensi Kabupaten, menunjukkan bahwa pertanian dan hasil laut merupakan industri yang masih diunggulkan karena terdapat kurang lebih 247 unit usaha dengan daya serap tenaga kerja mencapai 1.018 orang dengan biaya investasi mencapai Rp. 736 juta. Setelah itu industri elektronika dan aneka serta industri logam, mesin dan alat angkut yang masih diperkirakan prospektif dengan kebutuhan investasi sebesar Rp 379 Milyar dan Rp. 357 Milyar dengan total daya serap tenaga kerja tidak kurang dari 35.000 orang.

Sehingga, potensi UK di Pati yang relatif jumlahnya sangat besar menjadi kurang signifikan dalam menopang dan mengakselerasi pertumbuhan ekonomi Pati. Faktor-faktor lain diperkirakan mempengaruhi kinerja UK diantaranya mencakup kualitas manajemen, kemampuan menerobos pasar sasaran, ketahanan finansial, dan rendahnya penggunaan tenaga-tenaga yang terampil dan kompeten (terutama dalam penguasaan teknologi bidang usahanya).

Padahal kinerja UK relatif lebih dapat bertahan dari berbagai perubahan variabel makro ekonomi. Beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan bagi UK dan sektor Informal di Kabupaten Pati dapat dikategorikan dalam sejumlah isu strategis, yakni:

1. Permodalan.

Dalam hal permodalan, permasalahannya yaitu:

- a. Kesulitan akses ke bank dikarenakan ketidakmampuan dalam hal menyediakan persyaratan agar bankable. Sebetulnya Bank Indonesia telah membentuk P3UKM yang membantu agar dapat lebih mudah akses ke bank. Tetapi kenyataannya tidak semua UK dan sektor informal dapat memenuhi persyaratan collateral. Artinya masih lebih banyak UK dan sektor informal yang belum terjangkau.
- b. Ketidaktahuan UMKM dan sektor informal terhadap cara memperoleh dana dari sumber-sumber lain selain perbankan, yang dapat menjadi alternatif pembiayaan.
- c. Tidak tersedianya modal pada saat pesanan datang. Artinya mereka membutuhkan dana cepat untuk memenuhi pesanan. Hal ini tidak dimungkinkan bila melalui perbankan, karena waktu yang dibutuhkan sejak pengajuan hingga dana cair bisa mencapai 2-3 bulan, belum lagi kalau pengajuan kreditnya ditolak yang bisa menyebabkan hilangnya kesempatan memperoleh keuntungan. Biasanya mereka mencari jalan agar dapat memperoleh dana cepat yaitu dengan meminjam sesama pengusaha atau rentenir.

2. Pemasaran.

Adapun yang terkait dengan pemasaran, lebih dikarenakan:

- e. Sulitnya akses pasar dikarenakan keterbatasan-keterbatasan antara lain membaca selera pasar, mengenal pesaing dan produknya, memposisikan produknya di pasar, mengenal kelemahan produknya diantara produk pesaing.
- f. Keterbatasan SDM. Untuk Usaha Mikro dan Kecil pada umumnya pemilik masih melakukan semua kegiatan sendiri atau dibantu beberapa pegawai seperti produksi atau pengawasan produksi, sehingga mencari pasar menjadi terbengkalai.

- g. Standarisasi produk lemah, hal ini menyebabkan pesanan dikembalikan (retur) dikarenakan kualitas produk yang dihasilkan spesifikasinya tidak sesuai dengan pada saat pesan.
- h. Hilangnya kepercayaan pelanggan akibat ketidakmampuan memenuhi permintaan dalam jumlah besar, antara lain dikarenakan tidak tersedianya dana untuk memenuhi permintaan tersebut.
- i. Khusus untuk sektor informal, berjualan terkadang masih berpindah-pindah tempat, karena berjualan di lokasi-lokasi yang dilarang berjualan.

3. Perizinan

Permasalahan yang terkait dengan isu perizinan adalah:

- a. Ketenangan dan kenyamanan dalam berusaha terganggu hanya disebabkan oleh sejumlah pungutan tidak formal sehingga menciptakan kondisi yang tidak produktif.
- b. Keberlangsungan usaha tidak memiliki arah yang jelas karena tidak adanya jaminan dalam berusaha baik dilihat dari aspek legalitas maupun jaminan fisik (kolateral).

4. Persaingan usaha.

Permasalahan yang terkait dengan isu persaingan usaha, adalah:

- a. Hasil produksi tidak mendapat jaminan perlindungan hak cipta sehingga terjadi penjiplakan (peniruan) produk.
- b. **Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/39/PBI/2005 tentang Pemberian Bantuan Teknis dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.**

Pasal 1 angka 2 Peraturan BI 7/39/PBI/2005 memberikan kriteria terhadap Kecil sebagai berikut :

Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah);
- c) milik Warga Negara Indonesia;
- d) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha Menengah atau usaha Besar;
- e) berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi;

Adanya berbagai macam penetapan definisi mengenai UK membawa berbagai konsekuensi yang strategis. Definisi merupakan konsensus terhadap entitas UK sebagai dasar formulasi kebijakan yang akan diambil, sehingga paling tidak, ada dua tujuan adanya definisi yang jelas mengenai UK, yaitu pertama, untuk tujuan administratif dan pengaturan; serta kedua, tujuan yang berkaitan dengan pembinaan (German Agency For Technical Cooperation, 2002).

Tujuan pertama berkaitan dengan ketentuan yang mengharuskan suatu perusahaan memenuhi kewajibannya, seperti membayar pajak, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta mematuhi ketentuan ketenagakerjaan seperti keamanan dan hak pekerja lainnya. Sementara tujuan kedua lebih pada pembuatan kebijakan yang terarah seperti upaya pembinaan, peningkatan kemampuan teknis, serta kebijakan pembiayaan untuk UK.

Meskipun perbedaan-perbedaan ini bisa dipahami dari segi tujuan masing-masing lembaga, namun kalangan yang terlibat dengan kelompok UK seperti pembuat kebijakan, konsultan, dan para pengambil keputusan akan menghadapi kesulitan dalam melaksanakan tugasnya. Seperti halnya, kesulitan dalam mendata yang akurat dan konsisten, mengukur sumbangan UK bagi perekonomian, dan merancang regulasi/kebijakan yang fokus dan terarah. Oleh karena itulah, upaya untuk membuat kriteria yang lebih relevan dengan kondisi saat ini yang universal di seluruh Indonesia perlu dilakukan.

Beberapa **Negara dan Organisasi Internasional** dalam melakukan kajian komparasi atau penelitian perbandingan hukum ini salah satunya mengenai definisi UK yang ternyata tidak hanya rancu di Indonesia, pada tingkat internasional pun ada banyak definisi yang digunakan untuk UK. Demikian juga banyak negara yang tidak memiliki definisi yang sama. Berikut ini dapat dilihat definisi UK pada tingkat internasional.

- a. World Bank, membagi UK ke dalam 3 jenis, yaitu:
 - a) *Medium enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) jumlah karyawan maksimal 300 orang;
 - 2) pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15 juta, dan;
 - 3) jumlah aset hingga sejumlah \$15 juta.
 - b) *Small enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) jumlah karyawan kurang dari 30 orang,
 - 2) pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta, dan
 - 3) jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta.
 - c) *Micro enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) jumlah karyawan kurang dari 10 orang,
 - 2) pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100 ribu, dan
 - 3) jumlah aset tidak melebihi \$ 100 ribu.

- b. Europa Commission, membagi UK ke dalam tiga jenis, yaitu:
- a) *Medium-sized enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) jumlah karyawan kurang dari 250 orang,
 - 2) pendapatan setahun tidak melebihi \$ 50 juta (sebanding dengan \$58,5 juta), dan
 - 3) jumlah aset tidak melebihi \$ 43 juta (sebanding dengan 50.3 juta).
 - b) *Small-sized enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) jumlah karyawan kurang dari 50 orang;
 - 2) pendapatan setahun tidak melebihi \$ 10 juta (sebanding dengan \$11,7 juta), dan;
 - 3) jumlah aset tidak melebihi \$ 13 juta (sebanding dengan \$15,2 juta).
 - c) *Micro-sized enterprise*, dengan kriteria:
 - 1) jumlah karyawan kurang dari \$ 10 juta orang;
 - 2) pendapatan setahun tidak melebihi \$ 2 juta (sebanding dengan \$2,3 juta),
 - 3) jumlah aset tidak melebihi \$ 2 juta.
- Di samping itu, usaha tersebut harus memenuhi kriteria independensi. Usaha yang independen berarti usaha yang modal atau hak votingnya sebesar 25% atau lebih baik dimiliki oleh satu perusahaan atau beberapa perusahaan secara bersama-sama.
- c. Singapura
- Mendefinisikan UK sebagai usaha yang memiliki minimal 30% pemegang saham lokal serta aset produktif tetap (*fixed productive asset*) di bawah SG \$ 15 juta (sebanding dengan US\$ 8,7 juta). Untuk perusahaan jasa, jumlah karyawannya minimal 200 orang.
- d. Malaysia, menetapkan definisi UKM sebagai usaha yang memiliki jumlah karyawan yang bekerja penuh (*full time worker*) kurang dari 75 orang atau yang modal pemegang sahamnya kurang dari M\$ 2,5 juta (sebanding dengan US\$ 6,6 juta). Definisi ini masih dibagi lagi menjadi dua, yaitu:
- a) *Small Industry* (SI), dengan kriteria jumlah karyawan antara 5 – 50 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah M\$ 500 ribu (atau sebanding dengan US\$ 132 ribu).
 - b) *Medium industry* (MT), dengan kriteria jumlah karyawan antara 50 – 75 orang atau jumlah modal saham antara M\$ 500 ribu - M\$ 2,5 juta.
- e. Jepang, membagi UK sebagai berikut:
- a) *Mining and manufacturing*, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 300 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah ¥ 300 juta (atau sebanding dengan US\$ 2,5 juta).

- b) *Wholesale*, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 100 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah ¥ 100 juta (atau sebanding dengan US\$ 840 ribu).
- c) *Retail*, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 54 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah ¥ 50 juta (atau sebanding dengan US\$ 420 ribu).
- d) *Services*, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 100 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah ¥ 50 juta (atau sebanding dengan US\$ 420 ribu).
- f. Korea Selatan, mendefinisikan UK sebagai usaha yang jumlah karyawannya di bawah 300 orang dan jumlah asetnya kurang dari US\$ 60 juta.

Melihat berbagai macam definisi UK dari berbagai negara dan lembaga internasional tersebut dapat disimpulkan bahwa kebanyakan negara dan lembaga internasional masih menganut ukuran kuantitatif dalam menentukan kriteria UKM. Berdasarkan kondisi perekonomian yang ada di masing-masing negara, definisinya pun berbeda jauh. Semakin maju perekonomian negara, batas kriterianya, misalnya hasil penjualan dan asetpun semakin tinggi. Namun, setidaknya berbagai definisi UK di atas, dapat di jadikan referensi untuk menentukan definisi UK yang sesuai bagi Indonesia.

D. Perlindungan Usaha Kecil

Tantangan bagi dunia usaha agar kondusif bagi upaya-upaya pemberdayaan dan pengembangan UK mencakup aspek yang luas, antara lain:

- (a) peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam hal kemampuan manajemen, organisasi, dan teknologi;
- (b) kompetensi kewira-usahaan;
- (c) akses yang lebih meluas terhadap permodalan, informasi teknologi dan pasar, serta faktor masukan produksi lainnya;
- (d) iklim usaha yang sehat yang mendukung tumbuhnya inovasi dan kewirausahaan, praktik bisnis berstandar internasional, serta persaingan yang sehat.

Tantangan lain yang paling mendasar adalah bagaimana membenahi krisis moral (*moral hazard*) yang telah melanda, baik kalangan pemerintah maupun dunia usaha, dan telah melahirkan “monster” KKN (korupsi, kolusi, dan nepotisme) yang telah merusak sendi-sendi etika berusaha (*business ethic*) dan iklim usaha sehingga kurang sehat dan kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya pelaku-pelaku ekonomi nasional yang mandiri (bukan karena fasilitas), tangguh

dan mampu bersaing di arena internasional. Implikasi krisis ekonomi yang kita alami dewasa ini sekaligus juga tantangan bagi upaya pengembangan investasi dan dunia usaha antara lain adalah, pertama-tama seluruh energi bangsa perlu dipadukan, termasuk dunia usaha, masyarakat, dan pemerintah (Indonesia *incorporated*) untuk saling memberi dukungan moral untuk memperkuat percaya diri sebagai bangsa untuk keluar dari krisis.

Kemudian sikap kita harus dilandasi optimisme yang realistis, antara lain melalui pemanfaatan peluang-peluang ekspor serta kegiatan-kegiatan usaha yang mengandalkan pada sumber alam (*resource-based industries*) dan bahan baku lokal seperti sektor pertanian (*agroindustries/agrobusiness*) dan pariwisata. Dunia usaha perlu menghayati pentingnya kemampuan akses dan penguasaan informasi sebagai sumber keunggulan kompetitifnya. Selain itu dunia usaha harus segera menyiapkan diri untuk menghadapi terjadinya reorientasi, pergeseran, serta restrukturisasi di bidang masing-masing. Reformasi untuk membangun *good corporate governance* juga harus segera dilaksanakan dan diperluas agar dunia usaha nasional dapat dipercaya dan diterima oleh masyarakat dunia usaha internasional. Reformasi perbankan harus segera dituntaskan, antara lain melalui:

- (a) rasionalisasi, restrukturisasi, dan rekapitalisasi bank-bank swasta dan nasional agar lebih sehat, termasuk Lembaga Keuangan Masyarakat seperti Antara lain Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Balai usaha Mandiri Terpadu (BMT), Koperasi/Unit Simpan-Pinjam (KSP/USP), Badan Kredit Desa (BKD), Modal Ventura Daerah (MVD), Koperasi Kredit (Credit Union) , dan lumbung nagari;
- (b) kebijaksanaan moneter yang seksama untuk mencegah terjadinya hiper inflasi;
- (c) mengupayakan mengalirnya kembali sumber-sumber pembiayaan, terutama bagi kegiatan-kegiatan yang vital seperti ekspor, produksi pangan, usaha kecil dan menengah, dan sebagainya. UK adalah suatu unit usaha yang mampu berperan dan berfungsi sebagai katup pengaman baik dalam menyediakan alternatif kegiatan usaha ekonomi produktif (sektor riil), alternatif penyaluran kredit (sektor moneter), maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja. Menurut BPS, dalam tahun 2013 jumlah UK sekitar 20 juta unit, yang mendominasi lebih dari 80 persen total unit usaha dan menyerap angkatan kerja dengan persentase yang hampir sama.

Datatersebut juga memperkirakan sekitar 57 persen dari PDB ber sumber dari unit usaha ini, dan menyumbang hampir sekitar 15 persen dari ekspor barang secara nasional. Sementara itu, dari aspek perbankan terlihat bahwa reputasi dan prestasi yang si kaya dengan si

misikn dan **faktanya** benar, bangsa ini mengalami kemiskinan yang sangat parah secara kasat mata.

Permasalahan yang ada dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan Melalui Proses Pemberdayaan Ekonomi Mikro. Defenisi Usaha mikro menurut Asian Development Bank (ADB), adalah usaha-usaha non-pertanian yang mempekerjakan kurang dari 10 orang termasuk pemilik usaha dan anggota keluarga. Sedangkan USAID mendefinisikan Usaha mikro adalah kegiatan bisnis yang mempekerjakan maksimal 10 orang pegawai termasuk anggota keluarga yang tidak dibayar. Kadangkala hanya melibatkan 1 orang, yaitu pemilik yang sekaligus menjadi pekerja.

Kepemilikan aset dan pendapatannya terbatas, dan lembaga yang sangat populer di kalangan masyarakat serta mempunyai moto tidak ada kemiskinan di dunia yaitu Bank Dunia mendefinisikan Usaha mikro adalah merupakan usaha gabungan (*partnership*) atau usaha keluarga dengan tenaga kerja kurang dari 10 orang, termasuk di dalamnya usaha yang hanya dikerjakan oleh satu orang yang sekaligus bertindak sebagai pemilik (*self-employed*).

Usaha mikro sering merupakan usaha tingkat survival (usaha untuk mempertahankan hidup atau *survival level activities*), yang kebutuhan keuangannya dipenuhi oleh tabungan dan pinjaman berskala kecil. Melihat beberapa defenisi tentang usaha mikro, maka hal yang perlu digaris bawahi adalah bagaimana kekuatan usaha mikro bisa di jadikan sebagai alternatif dalam mengurangi pengangguran, karena pengurangan pengangguran secara otomatis akan memberikan dampak positif untuk bisa mengurangi kemiskinan di Indonesia, tetapi alternatif tersebut tidak bisa jalan begitu saja tanpa mendapatkan dukungan secara maksimal oleh pemerintah dan swasta dengan memberikan akses keadilan bagi usaha tersebut.

Peranan pemberdayaan seharusnya bisa terealisasi apabila pemerintah dan swasta bisa menciptakan suatu program yang sifatnya memberikan akses modal kepada usaha mikro, sebab kendala yang banyak dihadapi oleh usaha ini adalah masalah permodalan, fenomena permodalan ini apabila kita kaji lebih empiris dilapangan yaitu masih adanya ketidakadilan dalam penyalurannya, misalnya usaha mikro sering dipersulit untuk bisa mendapatkan modal, seperti prosedur yang berbelit-belit, harus ada jaminan, serta banyak lembaga keuangan tidak menyediakan permodalan bagi usaha mikro. Fenomena tersebut bisa kita lihat secara kasat mata sehingga dengan fenomena tersebut pemerintah dan swasta belum berpihak pada pembangunan yang berbasiskan kerakyatan.

Sehingga usaha kecil sering mengalihkan pinjaman permodalan kepada lembaga-lembaga keuangan informal, sehingga yang terjadi

adalah penghisapan atau eksploitasi oleh lembaga informal dalam hal ini rentenir, eksploitasi tersebut terjadi dengan bunga yang tinggi, tetapi eksploitasi tersebut bisa dinikmati atau diterima oleh usaha kecil, hal itu merupakan fenomena yang harus segera dijawab oleh pemerintah dengan membuat kebijakan yang benar-benar diimplementasikan.

Pinjaman Tanpa Jaminan Terhadap Usaha Kecil (*Grameen Bank*). Prosedur peminjaman uang di ***Grameen Bank*** jika ada seorang nasabah yang ingin meminjam uang bank, diharuskan membentuk kelompok yang terdiri dari lima orang. Manakala seorang anggota kelompok bermasalah dalam pengembalian cicilan pinjaman maka 4 anggota yang lain tidak akan mendapatkan pinjaman baru sebelum anggota mereka yang lain menyelesaikan cicilan pinjaman.

Grameen Bank adalah bank yang memberikan pinjaman tanpa jaminan (*Collateral*) satu sen pun. Prinsipnya adalah keyakinan bahwa solidaritas akan terjalin lebih kuat bila kelompok dibentuk oleh mereka sendiri. Keanggotaan kelompok tidak hanya menciptakan rasa aman dan saling dukung tetapi juga mengurangi pola perilaku tidak sehat dari individu anggota, dan membuat setiap peminjam jadi lebih bisa diandalkan dalam prosesnya. Prosedur ini membuat setiap anggotanya tetap segaris dengan tujuan program kredit yang lebih luas.

URGENSI PERATURAN DAERAH TENTANG PERLINDUNGAN USAHA KECIL

A.Landasan Pembentukan Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil.

Usaha kecil merupakan salah satu andalan utama bagi ketahanan ekonomi sebuah negara. Pada saat suatu negara mengalami kondisi ekonomi yang tidak stabil sehingga mengakibatkan konglomerasi dililit hutang luar negeri, usaha kecil justru memperoleh keuntungan yang luar biasa. Namun, keberadaan usaha kecil dan sektor informal yang semakin berkembang dihadapkan pada permasalahan yang sangat penting, sehingga perlu adanya suatu tindakan yang konkrit dari pemerintah guna melakukan perlindungan, pengembangan, pembinaan serta pemberdayaan. Beberapa pakar mengemukakan permasalahan kerap yang dihadapi oleh usaha kecil yaitu permasalahan aspek finansial, manajemen dan regulasi (hukum).

1. Masalah yang termasuk dalam finansial

- a. Kurangnya kesesuaian antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh usaha kecil;
- b. Tidak ada pendekatan yang sistematis dalam pendanaan usaha kecil;

- c. Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang sangat rumit sehingga menyita waktu dan kredit yang disalurkan sangat kecil;
 - d. Kurangnya akses ke sumber dana formal;
 - e. Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja sangat tinggi;
 - f. Banyaknya usaha kecil dan sektor informal yang belum bankable, hal ini disebabkan kurangnya kemampuan manajerial dan finansial;
2. Masalah yang termasuk dalam manajemen
- a. Kurangnya pengetahuan akan teknologi;
 - b. Kurangnya kemampuan akan pemasaran dan keterbatasan usaha kecil dalam memenuhi produk barang/jasa sesuai dengan keinginan pasar;
 - c. Keterbatasan dan kekurangan sumber daya manusia.

Di samping permasalahan sebagaimana tersebut di atas, terdapat permasalahan lain yang dihadapi oleh para pelaku usaha kecil adalah kurangnya perlindungan atas ide-ide dan produk-produk yang dihasilkan oleh usaha kecil dan sektor informal serta kebijakan pemerintah maupun pengaturan yang mendukungnya belum secara maksimal mendukung pengembangan usaha kecil tersebut.

B. Manfaat Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil.

Salah satu cara untuk menilai urgensi lahirnya Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil di Kabupaten Pati, dapat dilakukan dengan menggunakan parameter manfaat.

Manfaat dari keberadaan Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil di Kabupate Pati, antara lain, adalah:

- a. memberikan landasan hukum dan sekaligus pedoman bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Pati dalam melaksanakan kegiatan pengelolaan Usaha Kecil;
- b. mendorong agar kegiatan pengelolaan Usaha Kecil yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Pati dapat berlangsung lebih tertib, terarah, terkoordinasi, dan bermanfaat;
- c. lebih menjamin terciptanya kepastian hukum dalam penyelenggaraan pengelolaan Usaha Kecil;

MUATAN PERATURAN DAERAH PERLINDUNGAN USAHA KECIL

A. Konsideran

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, konsideran menimbang

memuat uraian singkat mengenai pokok-pokok pikiran yang menjadi latar belakang dan alasan pembuatan Peraturan Perundang-undangan. Pokok-pokok pikiran pada konsideran menimbang memuat unsur atau landasan **filosofis, yuridis, dan sosiologis yang menjadi latar belakang pembuatannya.**

1. Landasan Filosofis

Undang-undang selalu mengandung norma-norma hukum yang diidealkan (ideal norms) oleh suatu masyarakat kearah mana cita-cita luhur kehidupan bermasyarakat dan bernegara hendak diarahkan. Karena itu, undang-undang dapat digambarkan sebagai cermin dari cita-cita kolektif suatu masyarakat tentang nilai-nilai luhur dan filosofis yang hendak diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui pelaksanaan undang-undang yang bersangkutan dalam kenyataan.

Karena itu, cita-cita filosofis yang terkandung dalam undang-undang itu hendaklah mencerminkan cita-cita filosofis yang dianut masyarakat bangsa yang bersangkutan itu sendiri. Artinya, jangan sampai cita-cita filosofis yang terkandung di dalam undang-undang tersebut justru mencerminkan falsafah kehidupan bangsa lain yang tidak cocok dengan cita-cita filosofis bangsa sendiri. Karena itu, dalam konteks kehidupan bernegara, Pancasila sebagai falsafah haruslah tercermin dalam pertimbangan-pertimbangan filosofis yang terkandung di dalam setiap undang-undang.

2. Landasan Sosiologis

Landasan sosiologis yaitu bahwa setiap norma hukum yang dituangkan dalam undang-undang haruslah mencerminkan tuntutan kebutuhan masyarakat sendiri akan norma hukum yang sesuai dengan realitas kesadaran hukum masyarakat. Karena itu, dalam konsideran, harus dirumuskan dengan baik pertimbangan-pertimbangan yang bersifat empiris sehingga sesuatu gagasan normatif yang dituangkan dalam undang-undang benar-benar didasarkan atas kenyataan yang hidup dalam kesadaran hukum masyarakat. Dengan demikian, norma hukum yang tertuang dalam undang-undang itu kelak dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya di tengah-tengah masyarakat hukum yang diaturnya.

3. Landasan Yuridis

Landasan yuridis atau normatif suatu peraturan atau kaidah jika kaidah itu merupakan bagian dari suatu kaidah hukum tertentu yang di dalam kaidah-kaidah hukum saling menunjuk yang satu terhadap yang lain. Sistem kaidah hukum yang demikian itu terdiri atas suatu keseluruhan hirarki kaidah hukum khusus yang bertumpu pada kaidah

hukum umum. Di dalamnya kaidah hukum khusus yang lebih rendah diderivasi dari kaidah hukum yang lebih tinggi. Di dalam konsideran menimbang dimuat pertimbangan-pertimbangan yang menjadi alasan pokok perlunya pengaturan Peraturan Daerah Tentang Perlindungan Usaha Kecil.

Konsideran menimbang dalam Rancangan Peraturan Daerah Tentang Pengelolaan Usaha Kecil ini menyatakan:

- a. bahwa usaha kecil memiliki peran penting dalam menopang laju pertumbuhan ekonomi daerah dengan menyerap banyak tenaga kerja sehingga dapat mengurangi terjadinya pengangguran;
- b. bahwa dalam rangka menciptakan usaha kecil yang memiliki kemampuan untuk bersaing secara wajar dalam persaingan usaha dengan pelaku ekonomi kuat perlu dilakukan pengelolaan terhadap keberadaan usaha kecil sebagai aset ekonomi daerah;
- c. bahwa Pemerintah Kabupaten Pati memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memberikan perlindungan, pemberdayaan, pembinaan dan pengembangan terhadap pelaku usaha kecil, sehingga dapat meningkatkan dan mengembangkan usahanya dalam menggerakkan roda perekonomian di Kabupaten Pati;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a, huruf b dan huruf c, maka perlu menetapkan Peraturan Daerah Kabupaten Pati tentang Perlindungan Usaha Kecil.

B.Dasar Hukum

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, dasar hukum memuat dasar kewenangan pembuatan Peraturan Perundang-undangan dan Peraturan Perundang-undangan yang memerintahkan pembuatan Peraturan Perundang-undangan. Peraturan Perundang-undangan yang digunakan sebagai dasar hukum hanya Peraturan Perundang-undangan yang tingkatannya sama atau lebih tinggi. Landasan hukum pengaturan yang digunakan dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Usaha Kecil, yaitu:

1. Undang-Undang Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3611);
2. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4437);

3. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 91, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil (Lembaran Negara Tahun 1998 Nomor 46, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3743);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 91, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3718);
6. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil (Lembaran Negara Tahun 1998 Nomor 46, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3743);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten Kota (Lembaran Negara Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4737);
8. Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah
9. Keputusan Presiden Nomor 127 Tahun 2001 tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Besar Dengan Syarat Kemitraan (Lembaran Negara Tahun 2001 Nomor 152);
10. Keputusan Presiden Nomor 56 Tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah;
11. Peraturan Menteri Negara BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan;
12. Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor ... Tahun 2... Tentang Kewenangan Daerah Kabupaten Pati sebagai Daerah Otonom (Lembaran Daerah Kabupaten Pati Tahun 2... Nomor ...);
13. Peraturan Daerah Kabupaten Pati Nomor ... Tahun 2... Tentang Ketentuandan Tata Cara Pemberian Ijin Usaha Industri, Ijin Usaha Perdagangan, Wajib Daftar Perusahaan dan Tanda Daftar Gudang (Lembaran Daerah Kabupaten Pati Tahun ... Nomor, Tambahan Lembaran Daerah Nomor ...);

C. Ketentuan Umum

Dalam praktik di Indonesia, "*definition clause*" atau "*interpretation clause*" biasanya disebut dengan Ketentuan Umum. Isi yang terkandung di dalamnya tidak hanya terbatas kepada pengertian-pengertian operasional istilah-istilah yang dipakai seperti yang biasa dipraktikkan selama ini. Istilah "Ketentuan Umum" seharusnya termuat pula hal-hal lain yang bersifat umum, seperti pengantar, pembukaan,

atau “*preamble*” peraturan perundang-undangan. Akan tetapi, telah menjadi kelaziman atau kebiasaan sejak dulu bahwa setiap perundang-undangan selalu didahului oleh “Ketentuan Umum” yang berisi pengertian atas istilah-istilah yang dipakai dalam peraturan perundang-undangan yang bersangkutan. Dengan demikian, fungsi ketentuan umum ini persis seperti “*definition clause*” atau “*interpretation clause*” yang dikenal di berbagai negara lain.

Ketentuan Umum dalam Peraturan Daerah Kabupaten Pati Tentang Perlindungan Usaha Kecil terdiri atas:

1. Daerah adalah Kabupaten Pati.
2. Pemerintah Kabupaten adalah Pemerintah Kabupaten Pati.
3. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Daerah Kabupaten Pati.
4. Bupati adalah Bupati Pati.
5. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang selanjutnya disebut DPRD adalah Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Pati.
6. Dinas adalah satuan kerja perangkat daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pengelolaan Usaha kecil.
7. Pengelolaan usaha kecil adalah upaya terpadu dan sistematis melalui kegiatan perlindungan, pembinaan, pemberdayaan dan/atau pengembangan terhadap usaha kecil.
8. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan dan/atau badan usaha yang memiliki modal dibawah Rp.200.000.000 (dua ratus juta rupiah).
9. Usaha perorangan adalah usaha kecil yang tidak berbadan usaha.
10. Badan usaha adalah perusahaan yang berbentuk badan hukum atau tidak berbadan hukum, badan usaha milik negara dan/atau badan usaha milik daerah.
11. Perlindungan usaha kecil adalah upaya yang dilakukan Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah guna menjaga keberlangsungan usaha kecil.
12. Pembinaan Usaha Kecil adalah segala upaya yang diberikan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat agar usaha kecil dapat berusahadan memperoleh hasil yang maksimal.
13. Pemberdayaan usaha kecil adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar dapat menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
14. Pengembangan usaha kecil adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, dunia usaha dan masyarakat agar usaha kecil mampu berkembang menjadi usaha menengah atau usaha besar.
15. Usaha menengah dan usaha besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan

lebih besar dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan usaha kecil.

16. Iklim usaha adalah kondisi yang diupayakan Pemerintah dan Pemerintah Daerah berupa penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijaksanaan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar usaha kecil memperoleh kepastian kesempatan yang sama dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya sehingga berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
17. Pembiayaan adalah penyediaan dana oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat melalui lembaga keuangan bank, lembaga keuangan bukan bank, atau lembaga lain dalam rangka mengembangkan dan memperkuat permodalan usaha kecil.
18. Orang adalah orang perorang, kelompok orang dan/atau badan hukum.
19. Masyarakat adalah pihak-pihak yang memiliki kepedulian dan/atau tujuan atau kegiatannya bergerak di bidang pengelolaan usaha kecil yang terdiri dari unsur-unsur perguruan tinggi, Lembaga Swadaya Masyarakat, asosiasi.

D.Materi yang Diatur

Materi pokok yang diatur berdasarkan UU 10 Tahun 2004 ditempatkan langsung setelah bab ketentuan umum, dan jika tidak ada pengelompokan bab, materi pokok yang diatur diletakkan setelah pasal (-pasal) ketentuan umum. Pembagian materi pokok ke dalam kelompok yang lebih kecil dilakukan menurut kriteria yang dijadikan dasar pembagian. Materi pokok yang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Pati Tentang Perlindungan Usaha Kecil yaitu:

1. Tujuan dan arah kebijakan

Pengelolaan usaha kecil bertujuan untuk:

- a. memperkuat usaha kecil agar dapat menjadi usaha yang tangguh dan berkesinambungan;
- b. meningkatkan kemampuan usaha kecil agar dapat berusaha dan memperoleh hasil yang maksimal;
- c. menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar dapat berkembang menjadi usaha menengah;
- d. meningkatkan kemampuan usaha kecil agar dapat mengembangkan aspek usahanya dan mengembangkan pasarnya.

Kebijakan pengaturan pengelolaan usaha kecil adalah:

- a. membuat pola induk pengelolaan usaha kecil terpadu dan terintegrasi.
- b. menyediakan data dan informasi terkini usaha kecil di Kabupaten Pati.
- c. membangun dan mengembangkan jiwa kewirausahaan yang profesional bagi usaha kecil.
- d. memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi usaha kecil untuk dapat mengakses kredit perbankan dan lembaga keuangan selain bank.
- e. memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, mudah, murah dan tidak diskriminatif dalam pelayanan bagi usaha kecil sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- f. menyederhanakan tata cara perizinan.
- g. membebaskan biaya perizinan bagi usaha kecil pemula.
- h. mengadakan dan menyebar luaskan informasi mengenai pasar, sumber pembiayaan, penjaminan, teknologi, desain, dan mutu.
- i. membangun kemitraan yang saling menguntungkan antara usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar.

2. Tugas dan wewenang pemerintahan.

Tugas dan wewenang Pemerintah Daerah dalam perlindungan usaha kecil adalah:

- a. merumuskan kebijakan operasional dalam merencanakan pengelolaan usaha kecil
- b. melakukan upaya perlindungan, pembinaan, pemberdayaan, dan pengembangan usaha kecil agar mampu menjadi pelaku usaha yang handal dan terpercaya;
- c. memajukan usaha kecil agar dapat bersaing dalam mekanisme pasar;
- d. melaksanakan pembinaan dan pengembangan kelembagaan dan ketatalaksanaan usaha kecil;
- e. melaksanakan fasilitasi dan kemudahan pendanaan bagi usaha kecil;
- f. membantu membuka akses pemasaran hasil produk usaha kecil;
- g. menyelenggarakan peningkatan dan pengembangan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia usaha kecil;
- h. mendorong dan memperkuat potensi usaha kecil dalam upaya menumbuhkan perekonomian daerah;
- i. mendorong terciptanya usaha-usaha kecil yang baru yang dilandasi oleh profesionalitas dan berwatak wirausahawan yang handal;
- j. melaksanakan evaluasi program dan pelaporan hasil-hasil pembinaan dan pengembangan usaha Kecil.

3. Kriteria Usaha Kecil

Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. memiliki modal paling besar Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah);
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah);
- c. milik Warga Negara Indonesia;
- b. memperoleh perlakuan yang sama dalam berusaha;
- c. memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berusaha;
- d. memperoleh fasilitasi dari pemerintah, pemerintah daerah dan/atau pihak swasta;
- e. memperoleh advokasi dan perlindungan dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Masyarakat dalam kegiatan usaha berkewajiban untuk:

- a. menjual barang atau jasa yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan dan norma susila;
- b. memperlakukan atau melayani konsumen dengan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif;
- c. menjelaskan informasi yang benar dan jujur mengenai konsidi barang atau jasa yang dijualnya;
- d. berperan aktif dalam mengembangkan usaha kecil.

4. Peran Dunia Usaha

Setiap usaha menengah dan besar wajib memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha kecil. Kontribusi dilakukan melalui program kemitraan yang dilandaskan pada prinsip saling menguntungkan. Ketentuan lebih lanjut mengenai peran dunia usaha diatur dalam Peraturan Bupati.

5. Insentif

Insentif diberikan bagi:

- a. usaha menengah dan/atau usaha besar yang telah memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha kecil selain kewajiban-kewajiban lainnya yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.
- b. sektor-sektor usaha kecil yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta mempunyai nilai seni budaya yang bersifat khusus dan turun temurun. Insentif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
 - a). keringanan pajak;
 - b). pemberian kemudahan akses pada pasar dan pendanaan;
 - c). kemudahan perizinan;

d). hal-hal lain yang dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi pelaku usaha.

6. Larangan

Setiap pelaku usaha berdasarkan Peraturan Daerah ini dilarang untuk:

- a. menjual barang dan/atau jasa yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan dan/atau norma-norma yang berlaku;
- b. melakukan penimbunan barang yang menyebabkan terjadinya kelangkaan dan meningkatnya harga barang di pasar;
- c. menjual barang dan/atau jasa yang kadaluwarsa atau tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan;
- d. melakukan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat;
- e. membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk:
 - 1) secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan/atau jasa yang mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat;
 - 2) menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama;
 - 3) membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
 - 4) menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama;
 - 5) mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat;
 - 6) melakukan kerjasama dengan membentuk gabungan perusahaan, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat;
 - 7) secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan atau jasa dalam pasar yang bersangkutan;
 - 8) menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau

proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung.

7. Sanksi Administrasi

Pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran terhadap larangan dalam Peraturan Daerah ini dapat dikenakan sanksi administrasi berupa pencabutan izin atau denda administrasi. Terhadap tindak lanjut dari hasil pengawasan yang telah menunjukkan adanya bukti yang dapat dikualifikasi sudah terjadi pelanggaran maka terhadap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan dapat dikenakan sanksi administrasi. Pengenaan Jenis sanksi administrasi dilakukan dengan:

- a. pencabutan izin dilakukan apabila pemegang izin telah benar-benar terbukti melanggar persyaratan dalam izin dan atau telah melanggar hukum.
- b. denda administrasi dilakukan untuk memberikan penghukuman sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

8. Ketentuan Pidana

Setiap orang yang terbukti melakukan pelanggaran terhadap ketentuan larangan menjual barang dan/atau jasa yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan dan/atau norma-norma yang berlaku, melakukan penimbunan barang yang menyebabkan terjadinya kelangkaan dan meningkatkan harga barang di pasar serta menjual barang dan/atau jasa yang kadaluarsa atau tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dapat dikenakan sanksi pidana sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

E. Ketentuan Peralihan

Ketentuan peralihan diperlukan apabila materi hukum dalam peraturan perundang-undangan sudah pernah diatur. Ketentuan peralihan harus memuat pemikiran tentang penyelesaian masalah /keadaan atau peristiwa yang sudah ada pada saat mulai berlakunya peraturan perundang-undangan yang baru.

Ketentuan peralihan memuat:

1. Ketentuan-ketentuan tentang penerapan peraturan perundang-undangan baru terhadap keadaan yang terdapat pada waktu peraturan daerah itu mulai berlaku.
2. Ketentuan-ketentuan tentang melaksanakan peraturan daerah itu secara berangsur-angsur.
3. Ketentuan-ketentuan tentang penyimpangan untuk sementara waktu dari peraturan daerah itu.

4. Ketentuan-ketentuan mengenai aturan khusus bagi keadaan atau hubungan yang sudah ada pada saat mulai berlakunya peraturan daerah itu.
5. Ketentuan-ketentuan tentang upaya apa yang harus dilakukan untuk memasyarakatkan peraturan daerah itu.

F. Ketentuan Penutup

Ketentuan Penutup berbeda dari Kalimat Penutup. Dalam undang-undang, yang biasanya dirumuskan sebagai Ketentuan Penutup adalah ketentuan yang berkenaan dengan pernyataan mulai berlakunya undang-undang atau mulai pelaksanaan suatu ketentuan undang-undang. Ketentuan penutup dalam peraturan perundang-undangan, biasanya memuat ketentuan mengenai:

1. penunjukan organ atau lembaga tertentu yang akan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang bersangkutan;
2. nama singkat peraturan perundang-undangan;
3. status peraturan perundang-undangan yang sudah ada sebelumnya;
4. saat mulai berlakunya peraturan perundang-undangan tersebut.

Ketentuan penutup dalam suatu undang-undang dapat memuat ketentuan pelaksanaan yang bersifat eksekutif atau legislatif. Yang bersifat eksekutif, misalnya, menunjuk pejabat tertentu yang diberi kewenangan untuk melakukan sesuatu perbuatan hukum, atau untuk mengeluarkan dan mencabut perizinan, lisensi, atau konsesi, pengangkatan dan memberhentikan pegawai, dan lain sebagainya. Sedangkan yang bersifat legislatif, misalnya, memberi wewenang untuk membuat peraturan pelaksanaan lebih lanjut (*delegation of rule-making power*) dari apa yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang bersangkutan.

G. Penutup

Penutup merupakan bagian akhir peraturan perundang-undangan. Di dalam kalimat penutup tersebut dimuat hal-hal sebagai berikut:

1. Rumusan perintah pengundangan dan penempatan peraturan perundang-undangan dalam Lembaran Daerah atau Berita Daerah.
2. Tandatangan pengesahan atau penetapan peraturan perundang-undangan yang bersangkutan oleh Bupati atau pejabat yang terkait.
3. Pengundangan peraturan perundang-undangan tersebut dengan pemberian nomor. Rumusan perintah pengundangan yang bersifat standar Peraturan Daerah Kabupaten Pati Tentang Perlindungan Usaha Kecil dimuat dalam Pasal __ yaitu:

Peraturan Daerah ini mulai berlakupada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kabupaten Pati.

Sedangkan penandatanganan pengesahan atau penetapan memuat:

- a. Tempat dan tanggal pengesahan atau penetapan;
- b. Nama jabatan;
- c. Tanda tangan pejabat; dan
- d. Nama lengkap pejabat yang menandatangani, tanpa gelar dan pangkat.

I. Penjelasan

Penjelasan peraturan perundang-undangan merupakan kebiasaan negara-negara yang menganut *civil law* gaya Eropa Kontinental. Penjelasan (*explanation*) berfungsi sebagai pemberi keterangan mengenai kata-kata tertentu, frasa atau beberapa aspek atau konsep yang terdapat dalam suatu ketentuan ayat atau pasal yang dinilai belum terang atau belum jelas atau yang karena itu dikhawatirkan oleh perumusnya akan dapat menimbulkan salah penafsiran dikemudian hari. Jika diuraikan, tujuan adanya penjelasan (*explanation*) itu adalah untuk:

1. Menjelaskan pengertian dan maksud dari suatu ketentuan (*to explain the meaning and intention of the main provision*);
2. Apabila terdapat ketidakjelasan (*obscurity*) atau kekaburan (*vagueness*) dalam suatu undang-undang, maka penjelasan dimaksudkan untuk memperjelas sehingga ketentuan dimaksud konsisten dengan tujuan yang hendak dicapai oleh pengaturan yang bersangkutan (*to classify the same so as to make it consistent with the dominant object which it seeks to suserve*) ;
3. Menyediakan tambahan uraian pendukung terhadap tujuan utama peraturan perundang-undangan agar keberadaannya semakin bermakna dan semakin berguna (*to provide an additional support to the dominant object in the main statute in order to make it meaningful and purposeful*);
4. Apabila terdapat perbedaan yang relevan dengan maksud penjelasan untuk menekankan kesalahan dan mengedepankan objek peraturan perundang-undangan, penjelasan dapat membantu pengadilan dalam menafsirkan "*the true purport and object of the enactment*"; dan
5. (*it can not take away statutory right with which any person under a statute has been clothed, or set at nought the working of an Act by becoming a hindrance in the interpretation of the same*).

Pada pokoknya, penjelasan suatu peraturan perundang-undangan berfungsi sebagai tafsiran resmi pembentuk peraturan perundang-undangan itu atas norma-norma hukum tertentu yang diberi penjelasan. Penjelasan hanya memuat uraian atau elaborasi lebih lanjut norma yang diatur dalam batang tubuh peraturan yang dijelaskan. Penjelasan yang diberikan tidak boleh menyebabkan timbulnya ketidakjelasan atau malah membingungkan.

Selain itu, penjelasan juga tidak boleh berisi norma hukum baru ataupun yang berisi ketentuan lebih lanjut dari apa yang sudah diatur dalam batang tubuh. Apalagi, jika penjelasan itu memuat ketentuan-ketentuan baru yang bersifat terselubung yang bermaksud mengubah atau mengurangi substansi norma yang terdapat di dalam batang tubuh. Untuk menghindari jangan sampai penjelasan itu berisi norma-norma hukum baru yang berbeda dari batang tubuh ketentuan yang dijelaskannya, maka pembahasan rancangan penjelasan haruslah dilakukan secara integral dengan keseluruhan naskah rancangan peraturan perundang-undangan yang bersangkutan. Penjelasan Peraturan Daerah Kabupaten Pati Tentang Perlindungan Usaha Kecil berisi penjelasan umum dan penjelasan pasal demi pasal.

I. Lampiran

Peraturan Perundang-undangan dapat dilengkapi dengan lampiran. Lampiran-lampiran itu merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari naskah peraturan perundang-undangan yang bersangkutan. Dalam hal peraturan perundang-undangan memerlukan lampiran, maka hal itu harus dinyatakan dengan tegas dalam batang tubuh disertai pernyataan yang menegaskan bahwa lampiran tersebut merupakan bagian yang tak terpisahkan dari peraturan perundang-undangan yang bersangkutan. Pada akhirnya lampiran, harus dicantumkan nama dan tanda tangan pejabat yang mengesahkan /menetapkan peraturan perundang-undangan yang bersangkutan.

Contoh peraturan perundang-undangan yang biasanya memiliki lampiran adalah Undang-Undang yang mengatur tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) atau Undang-Undang yang mengatur tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang 2005-2025 (RPJP Nasional). Naskah APBN atau RPJP Nasional mempunyai format yang tersendiri dan berisi materi yang sangat luas dan banyak, sehingga bentuknya sangat tebal dan rinci. Isi APBN atau RPJP Nasional itu justru terletak di dalam lampiran naskah APBN dan RPJP Nasional itu sendiri, sedangkan Undang-Undang tentang APBN atau RPJP Nasional hanya berfungsi sebagai baju atau mantel hukum. Demikian pula dengan Peraturan Daerah Kabupaten Pati Tentang Perlindungan Usaha

Kecil jika ada lampiran maka fungsinya hanya sebagai baju hukum, yang paling penting justru lampirannya.

Undang-Undang lain yang juga mempunyai lampiran, misalnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (UU 10/2004). UU 10/2004 memiliki penjelasan dan lampiran yang tergolong sangat rinci, dan bahkan dilengkapi pula dengan contoh-contoh, seperti contoh perumusan judul dan format peraturan perundang-undangan yang dianggap ideal. Keberadaan lampiran itu memang tidak dapat dipisahkan dengan undang-undang payung atau undang-undang mantelnya. Oleh sebab itu pula, lampiran-lampiran peraturan perundang-undangan itu harus pula ditandatangani sebagaimana mestinya oleh pejabat yang mengesahkan peraturan perundang-undangan yang terkait. Keabsahan lampiran itu terkait erat dengan keabsahan pengesahan peraturan perundang-undangan yang bersangkutan oleh pejabat yang bersangkutan dengan kewenangan mengesahkan peraturan perundang-undangan itu sendiri.

PENUTUP

Keberadaan usaha kecil dan sektor informal merupakan kenyataan yang riil, bahkan berperan penting sebagai penopang berjalannya sektor perekonomian ditinjau dari kemampuan penyerapan tenaga kerja, potensi pendapatan yang dihasilkan, dan daya dorong terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun, potensi ini menghadapi tantangan yang cukup berat, terutama dalam hal permodalan, sarana dan prasarana, perizinan, dan dukungan kelembagaan. Permasalahan-permasalahan ini dihadapi baik oleh usaha kecil maupun oleh sektor informal, meski terdapat perbedaan dalam lingkup permasalahannya. Secara khusus, usaha kecil menghadapi permasalahan dalam hal permodalan dan dukungan kelembagaan untuk memperluas akses promosi, permodalan, dan kualifikasi tenaga kerja. Sektor informal sendiri menghadapi persoalan yang berbeda karena batasan sektor informal masih belum jelas, akibatnya, batasan mengenai siapa saja yang termasuk dalam sektor informal menjadi tidak jelas pula.

Sektor informal juga menghadapi persoalan krusial terkait dengan status usahanya karena tidak memiliki dasar hukum (legalitas) dalam menjalankan aktivitasnya. Padahal, dari sisi pendapatan, sektor informal cukup potensial. Pemerintah Kabupaten Pati perlu menetapkan kebijakan yang jelas berkaitan dengan pengelolaan sektor informal, sehingga tidak terkesan dibiarkan tapi di sisi lain, juga diperlukan untuk keperluan optimalisasi Pendapatan Asli Daerah melalui sektor retribusi. Antara usaha kecil dan sektor informal pun menghadapi permasalahan terkait dengan persaingan usaha, di mana usaha kecil

merasa tersaingi oleh sektor informal (terutama pedagang kaki lima) karena pedagang kaki lima lebih mudah diakses oleh pembeli, mampu menawarkan harga yang lebih murah, dan produknya massal sehingga memiliki segmen pasar yang lebih luas.

Keberpihakan terhadap pelaku usaha kecil dan sektor informal perlu dipertegas melalui kejelasan prioritas kelompok sasaran dan bentuk perlindungan mana yang akan diambil, misalnya untuk sektor informal, lebih diprioritaskan pada upaya mengubah status usaha informal menjadi usaha formal melalui mekanisme perizinan yang lebih mudah, penentuan lokasi mana yang diizinkan untuk mereka berjualan, apa hak dan kewajibannya, dll. Keberadaan usaha kecil merupakan salah satu di antara bentuk dari ekonomi kerakyatan, keberadaannya di era otonomi daerah merupakan potensi yang harus digali dan dikembangkan karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang masif dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagaimana tujuan dari pembangunan daerah.

Kondisi semacam ini juga dialami oleh Pemerintah Kabupaten Pati dengan potensi industri dan jasa yang dimilikinya, agar mampu mendorong peningkatan jumlah unit usaha kecil, baik industri kecil maupun sektor informal. Upaya pengelolaan terhadap usaha kecil tidak hanya menyangkut soal permodalan dan aksesibilitas, tetapi juga menyangkut kebijakan yang lebih luas soal perizinan usaha dan kemitraan dengan lembaga-lembaga keuangan yang diharapkan mampu berperan untuk memfasilitasi pertumbuhan dan perkembangan usaha kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Atre, B.R., 2001, *Legislative Drafting: Principles and Techniques*, Universal Law Publishing Co., hal.68-69.
- Alisjahbana. 2003. *Urban Hidden Economy: Peran Tersembunyi Sektor Perkotaan*. Surabaya: Lembaga Penelitian ITS.
- Azuma, Y. dan Hl. Grossman. 2002. *A Theory of the Informal Sektor*. NBER WorkingPaper 8823 Maret 2002 (www.nber.org)
- Bachruddin, Zaenal, Mudrajad Kuncoro, Budi Prasetyo Widyobroto, Tridjoko Wismu Murti, Zuprizal, Ismoyo. 1996. *Kajian Pengembangan Pola Industri Pedesaan Melalui Koperasi dan Usaha Kecil*. LPM UGM dan Balitbang Departemen Koperasi & PPK, Yogyakarta.

- Bagir Manan, 1992. *Dasar-dasar Perundang-undangan Indonesia*, Jakarta, IN-HILL-Co., hal. 17.
- Baker, David. 1980. *Memahami Kemiskinan Kota*. Dalam Prisma No 6 Juni 1980 Tahun VIII. Jakarta: LP3ES.
- Bangi: Tesis S2 Universti Kebangsaan Malaysia. Tidak Dipublikasikan.
- Chandler, M., V. Petrikaite., A. Proskute., 2004. *Estimation of Unreported GDP in Lithuania*
- de Soto, Hernando. 1992. *Masih Ada Jalan Lain: Revolusi Tersembunyi di Negara Dunia Ketiga* (terj. Masri Maris). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- , 2000. *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*. New York: Harper and Row Firnandy.
- Esmi Warasih P, 2001. Fungsi Cita Hukum dalam Penyusunan Peraturan Perundangan yang Demokratis, dalam Arena Hukum, *Majalah Hukum FH Unibraw* No.15 Tahun 4, November 2001, hal.354-361.
- Ginandjar Kartasasmita, *Membangun Ekonomi Kerakyatan untuk Mewujudkan Indonesia Baru yang Kita Cita-Citakan*, Makalah disampaikan di depan Gerakan Mahasiswa Pasundan, Bandung, 27 September 2001, www.ginandjar.com
- Hamudy, Moh Ilham A. 2007. Hubungan Kekuasaan dalam Konstruksi Budaya Dominan: *Kajian ke Atas Peminggiran Pedagang Kaki Lima di Kota Bandung*, Indonesia
- Jimly Asshiddiqie, 2006. *Perihal Undang-Undang*. Jakarta: Penerbit Konstitusi Press.
- Kaho, Josef Riwu. 1990. *Analisa Hubungan Pemerintah Pusat dan Daerah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 1991. *Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press.

- Mahendra Putra Kurnia, dkk., 2007, *Pedoman Naskah Akademik Perda Partisipatif* (Urgensi, Strategi, dan Proses Bagi Pembentukan Perda yang Baik), Penerbit Kreasi Total Media (KTM), Yogyakarta.
- Maria Farida Indrati S., 2007. *Ilmu Perundang-undangan 1: Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- _____, 2007. *Ilmu Perundang-undangan 2: Proses dan Teknik Pembentukannya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Marihot P. Siahaan, 2006. *Pajak Daerah & Retribusi Daerah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Manning, Chris dan Tadjuddin Noer Effendi (ed). 1996. *Urbanisasi Pengangguran, dan Sektor Informal di Kota*. Jakarta: YOI
- Nas, P. J. M. 1993. *Kota di Dunia Ketiga: Pengantar Sosiologi Kota*. Jakarta: LP3ES
- Panca Kurniawan dan Agus Purwanto, 2006. *Pajak Daerah & Retribusi Daerah di Indonesia*. Malang: Bayumedia Publishing.
- (tanpa tahun). *Studi Profil Pekerja di Sektor Informal dan Arah Kebijakan ke Depan*. Download dari www.bappenas.go.id
- Rachbini, Didik J dan Abdul Hamid. 1994. *Ekonomi Informal Perkotaan*. Jakarta:LP3ES
- Rachbini, Didik J. 2006. "*Ekonomi Informal di Tengah Kegagalan Negara*." Dalam Kompas, 15 April 2006
- Roca, JCC., CD Moreno., JEG. Sánchez. 2001. *Underground Economy and Aggregate Fluctuations*. Spanish Economic Review 3: 41-53
- Schneider, F dan D. Enste. 2002. *Shadow Economies Around the World: Size, Cause, and Consequences*. Februari 2000.
- Soetrisno, Loekman. 1995. "*Membangun Ekonomi Rakyat Melalui Kemitraan: Suatu Tinjauan Sosiologis*", makalah dalam Diskusi Ekonomi Kerakyatan, Hotel Radisson, Yogyakarta, 5 agustus.

- Todaro, Michael P. 1997. *Economic Development*. Massachusetts: Houghton Mifflin Co
- Toruan, Magdalena Lumban. 1991. *Sektor Informal Indonesia*. Dalam Ensiklopedia Nasional Indonesia, jilid 14, Jakarta.
- Utomo, Tri Widodo W 2004. *Jangan Memandang PKL sebagai "Musuh"*. Dalam Pikiran Rakyat, 19 Juli 2004
- Wirosardjono, Soetjipto. 1985. *Pengertian, Batasan dan Masalah Sektor Informal*. Dalam Prisma No 3 Tahun XIV. Jakarta: LP3ES
- Yustika, Ahmad Erani. 2000. *Industrialisasi Pinggiran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

I. Rangkuman

Rekomendasi Strategi Pengembangan UKM Dari berbagai konsep mengenai pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi, berikut beberapa pilihan strategi yang dilakukan dalam pemberdayaan UKM, yaitu:

1. Kemudahan dalam Akses Permodalan Salah satu permasalahan yang dihadapi UKM adalah aspek permodalan. Lambannya akumulasi kapital di kalangan pengusaha mikro, kecil, dan menengah, merupakan salah satu penyebab lambannya laju perkembangan usaha dan rendahnya surplus usaha di sektor usaha mikro, kecil dan menengah. Faktor modal juga menjadi salah satu sebab tidak munculnya usaha-usaha baru di luar sektor ekstraktif. Oleh sebab itu dalam pemberdayaan UKM pemecahan dalam aspek modal ini penting dan memang harus dilakukan. Yang perlu dicermati dalam usaha pemberdayaan UKM melalui aspek permodalan ini adalah:

- (1) bagaimana pemberian bantuan modal ini tidak menimbulkan ketergantungan;
- (2) bagaimana pemecahan aspek modal ini dilakukan melalui penciptaan sistem yang kondusif baru usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah untuk mendapatkan akses di lembaga keuangan;
- (3) bagaimana skema penggunaan atau kebijakan pengalokasian modal ini tidak terjebak pada perekonomian subsisten.

Tiga hal ini penting untuk dipecahkan bersama. Inti pemberdayaan adalah kemandirian masyarakat. Pemberian hibah modal kepada masyarakat, selain kurang mendidik masyarakat untuk bertanggungjawab kepada dirinya sendiri, juga akan dapat mendistorsi pasar uang. Oleh sebab itu, cara yang cukup elegan dalam memfasilitasi pemecahan masalah permodalan untuk usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, adalah dengan menjamin kredit mereka di lembaga keuangan yang ada, dan atau memberi subsidi bunga atas pinjaman mereka di lembaga keuangan. Cara ini selain mendidik mereka untuk bertanggung jawab terhadap pengembalian kredit, juga dapat menjadi wahana bagi mereka untuk terbiasa bekerjasama dengan lembaga keuangan yang ada, serta membuktikan kepada lembaga keuangan bahwa tidak ada alasan untuk diskriminatif dalam pemberian pinjaman. Sebelum krisis ekonomi tahun 1997, kredit Perbankan lebih banyak terkonsentrasi pada kredit korporasi dan juga konsumsi dan hanya segelintir kredit yang disalurkan ke sektor Usaha Kecil dan Menengah. Oleh karena itu, untuk Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif - 99 meningkatkan kapasitas UKM ini, Perbankan harus menjadikan sektor ini sebagai pilar terpenting perekonomian negeri. Bank diharapkan tidak lagi hanya memburu perusahaan-perusahaan yang telah mapan, akan tetapi juga menjadi pelopor untuk mengembangkan potensi perekonomian dengan menumbuhkan wirausahawan melalui dukungan akses permodalan bagi pengembangan wirausaha baru di sektor UKM. Perbankan harus meningkatkan kompetensinya dalam memberdayakan Usaha Kecil-Menengah dengan memberikan solusi total mulai dari menjaring wiraushawan baru potensial, membinanya hingga menumbuhkannya. Pemberian kredit inilah satu mata rantai dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah secara utuh.

2. Bantuan Pembangunan Prasarana Usaha mendorong produktivitas dan mendorong tumbuhnya usaha, tidak akan memiliki arti penting bagi masyarakat, kalau hasil produksinya tidak dapat dipasarkan, atau walaupun dapat dijual tetapi dengan harga yang amat rendah. Oleh sebab, itu komponen penting dalam usaha pemberdayaan UKM adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran. Tersedianya prasarana pemasaran dan atau transportasi dari lokasi produksi ke pasar, akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya akan

meningkatkan penerimaan petani dan pengusaha mikro, pengusaha kecil, dan pengusaha menengah. Artinya, dari sisi pemberdayaan ekonomi, maka proyek pembangunan prasarana pendukung desa tertinggal, memang strategis.

3. Pengembangan Skala Usaha Pemberdayaan ekonomi pada masyarakat lemah, pada mulanya dilakukan melalui pendekatan individual. Pendekatan individual ini tidak memberikan hasil yang memuaskan, oleh sebab itu, semenjak tahun 80-an, pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan kelompok. Alasannya adalah, akumulasi kapital akan sulit dicapai di kalangan orang miskin, oleh sebab itu akumulasi kapital harus dilakukan bersama-sama dalam wadah kelompok atau usaha bersama. Demikian pula dengan masalah distribusi, orang miskin mustahil dapat mengendalikan distribusi hasil produksi dan input produksi, secara individual. Melalui kelompok, mereka dapat membangun kekuatan untuk ikut menentukan distribusi. Pengelompokan atau pengorganisasian ekonomi diarahkan pada kemudahan untuk memperoleh akses modal ke lembaga keuangan yang telah ada, dan untuk membangun skala usaha yang ekonomis. Aspek kelembagaan yang lain adalah dalam hal kemitraan antar skala usaha dan jenis usaha, pasar barang, dan pasar input produksi. Aspek kelembagaan ini penting untuk ditangani dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat. Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif.

4. Pengembangan Jaringan Usaha, Pemasaran dan Kemitraan Usaha Upaya mengembangkan jaringan usaha ini dapat dilakukan dengan berbagai macam pola jaringan misalnya dalam bentuk jaringan sub kontrak maupun pengembangan kluster. Pola-pola jaringan semacam ini sudah terbentuk akan tetapi dalam realitasnya masih belum berjalan optimal. Pola jaringan usaha melalui sub kontrak dapat dijadikan sebagai alternatif bagi eksistensi UKM di Indonesia. Meskipun sayangnya banyak industri kecil yang justru tidak memiliki jaringan sub kontrak dan keterkaitan dengan perusahaan-perusahaan besar sehingga eksistensinya pun menjadi sangat rentan. Sedangkan pola pengembangan jaringan melalui pendekatan kluster, diharapkan menghasilkan produk oleh produsen yang berada di dalam klaster bisnis sehingga mempunyai peluang untuk menjadi produk yang mempunyai keunggulan kompetitif dan dapat bersaing di pasar global. Selain

jaringan usaha, jaringan pemasaran juga menjadi salah satu kendala yang selama ini juga menjadi faktor penghambat bagi Usaha Kecil Menengah untuk berkembang. Upaya pengembangan jaringan pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai macam strategi misalnya kontak dengan berbagai pusat-pusat informasi bisnis, asosiasi-asosiasi dagang baik di dalam maupun di luar negeri, pendirian dan pembentukan pusat-pusat data bisnis UKM serta pengembangan situs-situs UKM di seluruh kantor perwakilan pemerintah di luar negeri. Penguatan ekonomi rakyat melalui pemberdayaan UKM, tidak berarti mengalienasi pengusaha besar atau kelompok ekonomi kuat. Karena pemberdayaan memang bukan menegasikan yang lain, tetapi give power to everybody. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah. Daya saing yang tinggi hanya ada jika ada keterkaitan antara yang besar dengan yang menengah dan kecil. Sebab hanya dengan keterkaitan produksi yang adil, efisiensi akan terbangun. Oleh sebab itu, melalui kemitraan dalam bidang permodalan, kemitraan dalam proses produksi, kemitraan dalam distribusi, masing-masing pihak akan diberdayakan.

5. Pengembangan Sumber Daya Manusia Sumber daya manusia merupakan faktor penting bagi setiap usaha termasuk juga di sektor usaha kecil. Keberhasilan industri skala kecil untuk menembus pasar global atau menghadapi produk-produk impor di pasar domestik ditentukan oleh kemampuan pelaku-pelaku dalam industri kecil tersebut untuk mengembangkan produk-produk usahanya sehingga tetap dapat eksis. Kelemahan utama pengembangan usaha kecil menengah di Indonesia adalah karena kurangnya ketrampilan sumber daya manusia. Manajemen yang ada relatif masih tradisional. Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif - 101 Oleh karena itu dalam pengembangan usaha kecil menengah, pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi Usaha Kecil Menengah baik dalam aspek kewiraswastaan, administrasi dan pengetahuan serta ketrampilan dalam pengembangan usaha. Peningkatan kualitas SDM dilakukan melalui berbagai cara seperti pendidikan dan pelatihan, seminar dan lokakarya, on the job training, pemagangan dan kerja sama usaha. Selain itu, juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan

untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan (Hafsah, 2004). Selain itu, salah satu bentuk pengembangan sumber daya manusia di sektor UKM adalah Pendampingan. Pendampingan UKM memang perlu dan penting. Tugas utama pendamping ini adalah memfasilitasi proses belajar atau refleksi dan menjadi mediator untuk penguatan kemitraan baik antara usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah dengan usaha besar. Yang perlu dipikirkan bersama adalah mengenai siapa yang paling efektif menjadi pendamping masyarakat. Pengalaman empirik dari pelaksanaan IDT, P3DT, dan PPK, dengan adanya pendamping, ternyata menyebabkan biaya transaksi bantuan modal menjadi sangat mahal. Selain itu, pendamping eksitu yang diberi upah, ternyata juga masih membutuhkan biaya pelatihan yang tidak kecil. Oleh sebab itu, untuk menjamin keberlanjutan pendampingan, sudah saatnya untuk dipikirkan pendamping insitu, bukan pendamping yang sifatnya sementara. Sebab proses pemberdayaan bukan proses satu dua tahun, tetapi proses puluhan tahun.

6. Peningkatan Akses Teknologi Penguasaan teknologi merupakan salah satu faktor penting bagi pengembangan Usaha Kecil Menengah. Di negara-negara maju keberhasilan usaha kecil menengah ditentukan oleh kemampuan akan penguasaan teknologi. Strategi yang perlu dilakukan dalam peningkatan akses teknologi bagi pengembangan usaha kecil menengah adalah memotivasi berbagai lembaga penelitian teknologi yang lebih berorientasi untuk peningkatan teknologi sesuai kebutuhan UKM, pengembangan pusat inovasi desain sesuai dengan kebutuhan pasar, pengembangan pusat penyuluhan dan difusi teknologi yang lebih tersebar ke lokasi-lokasi Usaha Kecil Menengah dan peningkatan kerjasama antara asosiasi-asosiasi UKM dengan perguruan Tinggi atau pusat-pusat penelitian untuk pengembangan teknologi UKM.

7. Mewujudkan iklim bisnis yang lebih kondusif Perkembangan Usaha Kecil Menengah akan sangat ditentukan dengan ada atau tidaknya iklim bisnis yang menunjang perkembangan Usaha Kecil Menengah. Persoalan yang selama ini terjadi iklim bisnis kurang kondusif dalam menunjang perkembangan usaha seperti terlihat dengan masih rendahnya pelayanan publik, kurangnya kepastian hukum dan berbagai peraturan daerah yang tidak pro bisnis merupakan bukti adanya iklim yang kurang kondusif. Oleh karena perbaikan Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif - 102 iklim bisnis yang

lebih kondusif dengan melakukan reformasi dan deregulasi perijinan bagi UKM merupakan salah satu strategi yang tepat untuk mengembangkan UKM. Dalam hal ini perlu ada upaya untuk memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan dan non diskriminatif bagi keberlangsungan dan peningkatan kinerja UKM. Selain itu perlu ada tindakan untuk melakukan penghapusan berbagai pungutan yang tidak tepat, keterpaduan kebijakan lintas sektoral, serta pengawasan dan pembelaan terhadap praktek-praktek persaingan usahah yang tidak sehat dan didukung penyempurnaan perundang-undangan serta pengembangan kelembagaan. PENUTUP Dari kajian ini dapat disimpulkan bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peranan penting dalam perkeonomian lokal daerah, khususnya dalam menggerakkan aktivitas ekonomi regional dan penyediaan lapangan kerja di Kabupaten Bantul. Namun demikian industri UKM masih menghadapi berbagai masalah mendasar, yaitu masalah kualitas produk, pemasaran dan sustainability usaha. Diperlukan berbagai kebijakan yang bersifat terobosan untuk memotong mata rantai masalah yang dihadapi UKM, hususnya untuk mengatasi beberapa hal yang menjadi hambatan dalam bidnag pengembangan produk dan pemasaran. Adapun regulasi dari pemerintah yang diperlukan untuk memberikan peluang berkembangnya UKM meliputi perbaikan sarana dan prasarana, akses perbankan dan perbaikan iklim ekonomi yang lebih baik untuk mendukung dan meningkatkan daya saing mereka serta untuk meningkatkan pangsa pasar.

BAB VIII

KEMANDIRIAN USAHA KECIL

A. Kemampuan Pengelolaan Organisasi

Pengelolaan usaha yaitu cara untuk menangani pelaksanaan suatu usaha (perusahaan/ individu) yang terprogram dengan baik meliputi :Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Pengendalian.

B. Aspek-Aspek Pengelolaan Usaha

Beberapa Hal penting yang perlu diperhatikan dalam mengelola usaha, sebagai berikut:

- a. Struktur Organisasi dan Sumber daya manusia
- b. Pengendalian Fungsi Produksi
- c. Pengendalian Fungsi Pemasaran
- d. Pengendalian Fungsi Keuangan
- e. Pengendalian Fungsi Administrasi dan Pembukuan

C. Struktur Organisasi dan Sumber Daya Manusia.

Kebutuhan akan struktur organisasi tidak memandang apakah usaha kita besar atau kecil, apakah karyawan kita banyak atau sedikit, apakah omset kita banyak atau sedikit, dan seterusnya. Kebutuhan akan struktur organisasi mutlak bagi setiap usaha, meskipun dengan intensitas dan kompleksitas yang berbeda. Struktur organisasi bagi usaha pemula, tidakperlu disusun dengan rumit, cukup sederhana saja, yang penting dapat mengakomodir setiap aktivitas dalam usaha. Mengapa struktur organisasi penting ?

- 1). Karena kita tidak mungkin beraktivitas sendirian
- 2). Karena setiap aktivitas dalam organisasi usaha kita, harus ada yang melaksanakan, harus ada yang mengatur, dan harus ada yang bertanggung jawab.
- 3). Karena perlu ada pembagian tugas dan delegasi wewenang dan pekerjaan yang jelas
- 4). Karena adanya kejelasan, kepastian, dan kesungguhan organisasi
- 5). Karena tuntutan efektifitas dan efisiensi kerja Contoh struktur organisasi yang sederhana dan cocok untuk usaha pemula, dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Struktur Organisasi Sederhana untuk Usaha Kecil dan Menengah Dari gambar struktur organisasi diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Ada sekelompok orang yang saling bekerja sama
- Ada pimpinan, ada bawahan
- Ada pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab
- Ada rentang kendali dan pengendalian
- Ada arah dan jalur komunikasi dan koordinasi

D.Fungsi Produksi.

Mengapa fungsi produksi sangat penting dalam pengelolaan usaha ? Jawabannya adalah karena:

- 1). Banyak nilai kekayaan perusahaan akan tertanam dalam aktivitas produksi
- 2). Sebagian besar sumber daya manusia akan beraktivitas di bagian produksi ini
- 3). Karena fungsi produksi adalah 'jantung'nya usaha kita.

Pertanyaan-pertanyaan yang biasanya mengawali dan terjadi dalam aktivitas produksi adalah :

- Apa yang akan diproduksi ?
- Bagaimana memproduksinya ?
- Dimana produksi akan dilakukan ?
- Kapan produksi akan dimulai dan kapan harus selesai ?
- Siapa yang akan melaksanakan produksinya ?

Pertanyaan-pertanyaan lain yang selanjutnya muncul adalah :

- Bagaimana cara menghitung jumlah produksi yang optimal ?
- Darimana dan bagaimanapun bahan baku dapat diperoleh ?
- Berapa biaya produksi yang akan terjadi ?
- Perlukan menggunakan kemajuan teknologi untuk menunjang proses produksi ?
- Apa yang harus dilakukan agar fungsi-fungsi lain dalam perusahaan dapat mendukung ?
- Dan seterusnya.....

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan fungsi produksi ini adalah :

1. Pentingnya informasi pasar
2. Pengendalian persediaan
3. Pengendalian Proses Produksi

4. Pemeliharaan peralatan dan mesin
5. Pengendalian mutu
6. Penelitian dan pengembangan produk

E. Pengendalian Fungsi Pemasaran.

Kegiatan pemasaran tidak kalah pentingnya dengan kegiatan lainnya dalam organisasi. Dengan serangkaian kegiatan pemasaran-lah produk akan sampai ke tangan konsumen, yang pada akhirnya akan dapat memberikan keuntungan dan kelangsungan usaha. Banyak usaha yang mampu memproduksi barang atau jasa dengan jumlah dan kualitas yang baik, namun gagal memasarkannya, dan bila ini terjadi tidak ada gunanya sebuah usaha berdiri. Aktivitas pemasaran pokok yang sebaiknya diperhatikan adalah :

- Memahami kebutuhan pasar ♦ Riset pasar
- Memahami kemampuan dalam memenuhi pasar
- Strategi Merk dan Kemasan
- Strategi pemasaran yang akan digunakan, termasuk di dalamnya promosi dan penetapan harga
- Distribusi pemasaran yang dipilih, termasuk di dalamnya cara pembayaran dan pengiriman barang
- Pelayanan Purna jual

F. Pengendalian Fungsi Keuangan.

Pengelolaan keuangan menjadi sangat penting, mengingat kelanjutan dan keberlangsungan usaha, sangat tergantung dari lancar tidaknya kewajiban dan hak keuangan di perusahaan kita. Namun demikian, saat ini masih banyak pengusaha pemula kurang memperhatikan pencatatan dan pengelolaan keuangan secara tertib dan benar. Biasanya yang terjadi adalah bahwa transaksi keuangan, baik itu akibat dari terjadinya transaksi pembelian bahan baku, biaya transportasi, biaya operasional lainnya, hasil penjualan; hanya ditangani berdasarkan catatan sederhana yang tidak teratur pengelolaannya, misalkan saya dalam sobek kertas, buku kecil yang tidak memiliki format standar, atau bahkan ada yang masih berdasarkan ingatan. Akibatnya adalah :

- Tidak semua transaksi keuangan terdeteksi, tercatat, dan terhitung dengan benar, sehingga pada gilirannya perusahaan tidak tahu dengan tepat, berapa sesungguhnya biaya (uang keluar) yang terjadi

dan berapa sesungguhnya pendapatan (uang masuk) yang terjadi apakah kita rugi, impas, atau untung. Begitu pula dengan sumber dari biaya dan pendatan tersebut. Kesulitan ini akan semakin menjadi-jadi apabila semakin hari, transaksi yang terjadi semakin banyak dan besar.

- Pada saat kita bermaksud mengajukan kredit ke Bank atau investor misalnya, kita tidak dapat atau akan kesulitan dalam menunjukkan kinerja keuangan usaha kita selama ini
- Kita tidak dapat mendeteksi kemungkinan-kemungkinan terjadinya kekeliruan atau kecurangan yang mungkin terjadi, berkaitan dengan masalah keuangan.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola keuangan antara lain adalah :

- a. Membiasakan membuat catatan yang jelas dan teratur tentang arus keluar masuk uang, kapan terjadinya, berapa nilainya, dari mana dan untuk apa, siapa yang menyerahkan dan menerimanya
- b. Membiasakan memeriksa ulang dan silang secara rutin maupun periodik, terhadap buktibukti transaksi dan hasil pencatatannya
- c. Biasakan memisahkan antara transaksi dan harta pribadi dan perusahaan
- d. Biasanya membuat anggaran pengeluaran dan pemasukan
- e. Biasakan menggunakan jasa perbankan untuk memudahkan pengelolaan keuangan, khususnya untuk keperluan pembayaran dan penerimaan.

Beberapa 'catatan' keuangan utama yang harus dilakukan secara benar, tertib, dan terus menerus antara lain adalah :

- a. Catatan arus kas, yang menggambarkan keluar masuknya uang selama periode tertentu, bisa harian, mingguan atau bulanan
- b. Laporan Laba Rugi, yang menggambarkan kondisi perusahaan dalam suatu periode tertentu, apakah selama periode tersebut menderita rugi atau mendapatkan keuntungan
- c. Laporan Neraca, yang menggambarkan nilai kekayaan perusahaan dalam periode tertentu, dan dari mana kekayaan tersebut berasal.
- d. Laporan tentang kesehatan dan kondisi keuangan perusahaan dalam periode tertentu.

G. Pengendalian Fungsi Administrasi dan Pembukuan.

Sama dengan fungsi yang lain, administrasi dan pembukuan yang baik akan membantu perusahaan dalam hal :

- a. Menginventarisir berbagai hal tentang perusahaan, seperti kekayaan, jumlah karyawan, macam produk, pemasok, pelanggan, dll.
- b. Mengevaluasi kinerja perusahaan
- c. Pemberian reward bagi yang prestasi dan hukuman bagi melakukan kesalahan
- d. Pelaporan kepada pihak-pihak luar dan yang berkepentingan
- e. Mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki.

Beberapa catatan administrasi yang perlu diperhatikan antara lain adalah :

Daftar pemasok,

Profil setiap pemasok,

produk dan harga yang ditawarkan pemasok,

kemampuan supply pemasok,

Catatan Persediaan awal dan persediaan akhir:

Macam Item persediaan,

jumlah dan nilai persediaan,

Lokasi setiap item persediaan dan kondisinya

Catatan Fasilitas Produksi

Jumlah bangunan dan mesin beserta kondisinya,

Status masing-masing, kapasitas produksi, Jadwal produksi

Daftar pesanan,

Kapan setiap kegiatan produksi akan dimulai dan selesai, Lokasi produksi, Pelaksana produksi, jumlah produksi, jadwal pengiriman.

Catatan Pelanggan:

Segmen pelanggan,

profil pelanggan

Catatan Strategi Pemasaran:

Jenis promosi,

Jadwal promosi,

Biaya promosi,

Daftar rumah produksi iklan

Daftar pesaing dan profilnya

Daftar pasar tujuan dan omset masing-masing

Daftar distributor perusahaan dan profilnya
Kinerja penjualan umum dan per produk, per daerah
Daftar macam dan nilai potongan Keuangan
Catatan Keuangan
Pokok Arus kas
Neraca Laporan Laba rugi
Laporan perubahan modal
Laporan Keuangan pendukung
Catatan kas kecil
Catatan kas harian
Daftar gaji
Daftar biaya
Catatan hutang dan piutang
Laporan bank Administrasi dan Personalia
Laporan Administrasi utama
Daftar inventaris perusahaan lengkap
Daftar pegawai lengkap
Arsip pelamar
Surat masuk
Surat keluar
Laporan kinerja periodik (mingguan, bulanan, tahunan)

Mengingat banyaknya catatan administrasi yang perlu diperhatikan, sebuah perusahaan pemula dapat memulainya dengan catatan yang paling penting (skala prioritas), kemudian bertahap ke catatan-catatan pendukung lainnya, sehingga pada akhirnya tidak ada satupun aktivitas dan kekayaan perusahaan yang terlewatkan.

H. Memelihara dan Pengembangan Usaha

Menjaga dan memelihara memang wajib dilakukan, mengingat perjuangan dan pengorbanan yang telah kita lakukan untuk usaha kita, tidaklah sedikit bahkan sering diwarnai dengan jatuh bangunnya hidup kita. Sementara itu pengembangan juga harus dilakukan sebagai upaya kongkrit dari keinginan kita untuk berhasil dan tambah sukses. Aspek pengembangan usaha yang perlu dilakukan sebaiknya meliputi :

- a. Pengembangan usaha inti, berupa pengembangan produk dan layanannya

- b. Pengembangan pasar sasaran
- c. Pengembangan efektifitas dan efisiensi proses produksi
- d. Pengembangan efektifitas dan efisiensi administrasi
- e. Pengembangan SDM yang dimiliki, yang dapat dilakukan dengan penyegaran, pelatihan, rotasi, kompensasi, dan tindakan riil lainnya
Sumber gagasan untuk pengembangan usaha dapat berasal dari dalam perusahaan sendiri maupun dari pihak luar perusahaan.
- f. Sumber Internal.

Bagian penelitian dan pengembangan, yang memang memiliki tugas mengembangkan produk dan melakukan inovasi untuk menghasilkan ide-ide produk (barang dan atau jasa) baru.

Konsultan pemasaran yang bekerja untuk perusahaan. Perusahaan juga dapat menyewa konsultan untuk mendapatkan masukan mengenai ide-ide baru berkaitan dengan produk yang akan diproduksi.

I. Tenaga penjual.

Seperti diketahui bahwa tenaga penjualah yang selama ini berhubungan langsung dengan konsumen, sehingga dari merekalah diharapkan ada masukan mengenai keinginan-keinginan konsumen terhadap produk perusahaan. Keinginan konsumen itulah yang akan dijadikan dasar bagi pengembangan produk baru perusahaan.

Peran aktif dari seluruh pihak yang ada dalam perusahaan.

Setiap bagian dari perusahaan seharusnya dapat memiliki peran dalam upaya mendapatkan ide dan masukan mengenai produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan. b. Sumber ekstern * Kecenderungan pasar. Dalam upaya menghasilkan dan mengembangkan produk yang telah ada, perusahaan yang bijaksana seharusnya juga memperhatikan kecenderungan pasar yang sedang terjadi, karena itu peluang.

Produk yang dikeluarkan oleh pesaing.

Mencontoh produk pesaing adalah aktivitas pengembangan produk yang paling mudah dilakukan, perusahaan tidak perlu bekerja keras mengumpulkan dan memilih ide, perusahaan tinggal mencontoh produk pesaing yang ada. Meskipun tindakan ini paling mudah dilakukan, namun perlu diwaspadai akan dampak negatif dari tindakan ini, yakni vonis pembajakan atau turunnya nilai perusahaan.

Masukan/komplain dari pelanggan. Seringkali dalam kemasan produk, perusahaan mencantumkan nomor pengaduan konsumen (Customer

service center). Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat mendengar langsung bagaimana respon konsumen terhadap produk yang dihasilkan dan dikonsumsi konsumen, serta apa masukan konsumen akan hal tersebut.

J. Hasil Peramalan.

Mendapatkan ide dari peramalan merupakan upaya lain dari perusahaan dengan memanfaatkan data masa lalu yang dimiliki perusahaan. Meskipun hasilnya sangat relatif dan dipengaruhi oleh ketersediaan dan metode peramalan yang digunakan, namun cara ini cukup membantu perusahaan. Yang tidak boleh kita lupakan dalam mengelola usaha adalah kesadaran untuk mulai secara bertahap memanfaatkan kemajuan teknologi, baik itu pemanfaatan komputer untuk aktivitas perusahaan, pemanfaatan telepon seluler untuk pemasaran, pemanfaatan teknologi internet untuk pemasaran, dan sejenisnya.

K. Tujuan Pengelolaan Usaha

Beberapa alasan mengapa usaha kita, perlu dikelola dengan baik :

1. Karena kita harus konsisten dengan niat awal kita
2. Karena kita tidak sendirian, yang ingin sukses itu banyak, dan seringkali kita harus saling berkompetisi untuk meraihnya
3. Karena dalam usaha tersebut telah tertanam investasi, dan seringkali dalam jangka panjang dan tidak jarang milik orang lain, yang harus dipertanggung jawabkan
4. Karena ada opportunity cost (biaya kehilangan kesempatan) yang harus dipertanggung jawabkan
5. Karena banyak pihak yang tergantung dan telah berkorban untuk usaha kita
6. Karena, meski semua kebutuhan usaha berasal dari kita sendiri, namun sumber daya yang kita miliki serba terbatas
7. Karena di dunia ini penuh dengan ketidakpastian
8. karena dikelola dengan baik saja belum menjamin bahwa usaha akan berhasil, apalagi dikelola dengan asal-asalan?

Pengelolaan usaha kecil, seharusnya lebih sederhana dari pada mengelola usaha besar, namun demikian keseriusan pengelolaannya

tidak boleh lebih rendah dari padanya, bahkan kalau perlu harus lebih serius dan lebih segalanya.

sumber:

titi_n.staff.gunadarma.ac.id/.../Kewirausahaan+Pengelolaan+usaha+%26+

Organisasi Usaha

Pengertian organisasi usaha adalah suatu bentuk kerjasama antara sekelompok orang yang mempunyai tujuan sama dan bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama.

Tujuan dan Sasaran Usaha:

- a. Tujuannya adalah menyatukan pendapat dan langkah kerja dalam bekerja agar efektif dan efisien dalam mencapai sasaran usaha.
- b. Sasaran usaha ialah mendapatkan keuntungan/laba baik sendiri maupun bersama-sama.

L. Menetapkan Bentuk Badan Usaha.

a. Pengertian Badan Usaha.

Adalah suatu bentuk organisasi usaha yang bekerja untuk mendapatkan keuntungan.

b. Bentuk-bentuk Badan Usaha.

- 1). Perusahaan Perseorangan adalah bentuk usaha yang masih sederhana dengan modal terbatas serta dilakukan secara sendiri/perseorangan.
- 2). Perseroan Terbatas ialah perseroan yang memperoleh modalnya dengan menjual/mengeluarkan saham (sero) dimana setiap orang dapat memiliki satu atau lebih serta bertanggungjawab sebesar modal yang diserahkan.
- 3). Persekutuan Comanditier (cv) adalah perkumpulan beberapa orang yang mengikatkan diri untuk menyerahkan modal ke dalam perusahaan yang dijalankan oleh satu atau beberapa orang anggota dengan nama bersama dan mereka adalah merupakan pemiliknya.
- 4). Persekutuan Firma adalah persekutuan yang didirikan oleh beberapa orang dikelola dan dimiliki secara bersama-sama.
- 5). Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya berdasarkan atas azaz kekeluargaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. dan Swiercz, P.M. (1991), "Firm Size and Export Behaviour: Lessons from the Midwest," *Journal of Small Business Management*, April.
- Chris Manning, Tadjuddin Noer Effendi, Penyunting, (1991), *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Disperindagkop dan UKM Provinsi DIY, (2009), *Rencana Strategik Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2009 – 2013*, Yogyakarta.
- ILO, (1991), *The Dilemma of the Informal Sector. Report of the Director General, Part I, the 78th Session of the International Labour Conference*, Geneva
- Kementrian Koperasi dan UKM, (2010), *Renstra (Rencana Strategis) Kementrian Koperasi dan UKM Tahun 2010 – 2014*, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat, (2003), *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, (2004), *Otonomi & Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*, Erlangga, Jakarta. *Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif* - 103
- Priyono, Edy, (2004), *Usaha Kecil Sebagai Strategi Pembangunan Ekonomi : Berkaca Dari Pengalaman Taiwan*, dalam *Jurnal Analisis Sosial* Volume 9 No. 2 Agustus 2004.
- Sarosa, Wicaksono, (2000), "Menyoroti Sektor Informal Perkotaan," *Research and Development Director Urban and Regional Development Institute (URDI)* diakses pada 7 Agustus 2004 dari <http://www.urdi.org/urdi/bulletin/volume-12a.php>

Sethuraman., S.U., (1993), *The Urban Informal Sector in Developing Countries*, International Labor Organization, Jenewa

Susilo, S.Y., dan Krisnadewara, P.D., (2007), “Strategi Bertahan Industri Kecil Pascagempa Bumi di Yogyakarta”, *Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2, Juni 2007, hal. 127 – 146

Susilo, S.Y., (2007), *Masalah dan Dinamika Usaha Kecil: Studi Empiris Pedagang Klithikan di Alun-alun Selatan Yogyakarta*, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12 No. 01 Maret 2007, hal. 64 - 77

Susilo, S.Y., Krisnadewara, P.D., dan Soeroso, A., (2008), “Masalah dan Kinerja Industri kecil Pascagempa: Kasus di Kabupaten Klaten (Jateng) dan Kabupaten Bantul (DIY)”, *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 15 No. 2, Agustus 2008, hal. 271 – 280

Tambunan, Tulus (2000), *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*, Jakarta: PT Mutiara Sumber Widya.

Tambunan, Tulus (2003), *Perkembangan UKM dalam Era AFTA: Peluang, Tantangan, Permasalahan dan Alternatif Solusinya*. Paper Diskusi pada Yayasan indonesia Forum.

Tambunan, T.T.H., (2008), “Masalah Pengembangan UKM di Indonesia: Sebuah Upaya Mencari Jalan Alternatif”, Makalah, diakses dari <http://www.kadinindonesia.or.id> pada tanggal 1 Mei 2010.

Tarigan, Y.P., dan Sri Susilo, Y., (2008), “Masalah dan Kinerja Industri Kecil Pascagempa: Kasus Pada Industri Kerajinan Perak Kotagede Yogyakarta”, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 8 No. 2, Mei 2008, hal. 188 – 199.

Todaro., M. P, (2000), *Economic Development*, Sevent Edition, Massachusetts.

UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MELALUI JIWA KEWIRAUSAHAAN MENUJU KEMANDIRIAN USAHA

Sukirman

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

skirman101@yahoo.com

sukirman@umk.ac.id

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

ABSTRACT

This research aimed to studied phenomena which influence micro business difficulty therefore needed to follow up by empirical study, it was: first, study about organization and marketing, study of business strategy, human resources, which could influence the process of created such micro business to made independent, strong and healthy business. Both method and research technique used was such combination among literature study, respondent observation, interview method with micro business object, product user and small business group structurally and indept interview). Analysis within this research was used descriptive analysis to studied presence both organization and marketing, stragegical research, human resource stakeholder and bechmarking examinations. Identified and studied presence variable was implemented by using SPSS program support. Qualitative analysis used by focus group discussion (FGD) between researcher and micro business manager. Based on examination result was showed that micro business still have difficulty to manage organization, marketing, business strategy and human resource management. This condition occured as a consequence from hereditary management, inability to accessing both knowledge and technology development, and culture environment rooted therefore difficult to implement alteration. Therefore needed Local Government's role to utilize micro business to develop become independent business, health, strong and professional.

Keywords: Strategy, utilization, micro business, independent, proffesional

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemberdayaan usaha kecil ditujukan pada pengembangan usaha yang berbasis iptek dan berdaya saing (RPJPN 2005-2025). Menuju keberlangsungan proses pembangunan yang merata dan berkeadilan maka arah pemberdayaan usaha kecil ditujukan pada peningkatan posisi tawar dan efisiensi dalam rangka meningkatkan produktivitas usaha. RPJMN periode 2010-2014 menegaskan bahwa strategi pemberdayaan usaha kecil diarahkan kepada pembangunan kompetensi inovasi dan teknologi sehingga dapat lebih

berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan serta dapat meningkatkan posisi tawar dan efisiensi usaha secara lebih terstruktur dan terlembaga.

Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM, Nomor: 06/Per/M.KUKM/XI/ 2012 mendorong dan mengakselerasi pemberdayaan Koperasi dan UMKM serta meningkatkan daya saing. Strategi yang diterapkan pada usaha kecil diantaranya adalah menjadikan usaha yang mandiri, sehat, kuat, serta memberdayakan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas, mendukung perluasan kesempatan kerja dan penurunan jumlah kemiskinan dalam rangka mewujudkan demokrasi ekonomi.

Penguatan kelembagaan dilakukan dengan meningkatkan kualitas kelembagaan secara berjenjang melalui upaya membangunkan (*awakening*), pemberdayaan (*empowering*), pengembangan (*developing*), penguatan (*strengthening*). Penataan administrasi dan evaluasi pemberian badan hukum, gerakan masyarakat sadar usaha, koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang kelembagaan, serta Revitalisasi Fungsi Kelembagaan Usaha Kecil dan pengembangan menuju kearah usaha menengah dan besar. Atas dasar pemberdayaan (*empowerment*) sektor ekonomi mikro, perekonomian nasional menjadi pilar strategi pembangunan ekonomi yang tepat.

Tabel 1. Karakteristik Usaha Kecil

No	Aspek	Usaha Kecil
1	Formalitas	Sebagian beroperasi di sektor formal, sebagian tidak terdaftar, sedikit yang bayar pajak.
2	Organisasi & Manajemen	Dijalankan oleh pemilik, tidak ada pembagian tenaga kerja, tidak ada manajemen & struktur organisasi formal, tidak ada sistem pembukuan formal.
3	Sifat dari kesempatan kerja	Beberapa menggunakan tenaga kerja yang digaji.
4	Sifat/pola dari proses produksi	Beberapa menggunakan mesin-mesin terbaru dan modern, atau rancangan sendiri.
5	Orientasi pasar	Terdapat yang menjual ke pasar domestik dan ekspor, serta melayani kelas menengah keatas.
6	Profil ekonomi & sosial dari pemilik usaha	Beberapa berpendidikan baik & dari rumah tangga non miskin, menggunakan motivasi bisnis dan mencari profit.
7	Sumber-sumber dari bahan baku dan modal	Beberapa menggunakan bahan baku impor dan mempunyai akses ke kredit formal.
8	Hubungan-hubungan eksternal	Banyak yang mempunyai akses ke program-program pemerintah dan mempunyai hubungan-hubungan bisnis dengan usaha besar termasuk PMA.
9	Wanita pengusaha	Rasio dari wanita terhadap pria sebagai pengusaha cukup tinggi.

Sumber: Tulus Tambunan, 2012:7

Usaha kecil sedang menghadapi masalah, diantaranya organisasi lemah, pemasaran sulit, tempat usaha sempit, sarana kurang memadai, modal usaha kecil, jiwa kewirausahaan rendah, kurang memperhatikan lingkungan dan pelayanan kurang baik (Sukirman, 2010). Keterpurukan usaha kecil tidak terlepas dari kebijakan pemerintah yang tidak tegas di bidang pengelolaan dan pemberdayaan usaha kecil. Kelemahan regulasi di sektor usaha kecil karena belum ada peraturan yang signifikan terhadap pengelolaan usaha kecil secara dinamis dan penuh inovasi. UU no. 20/2008, dan Permen 19/per/M.KUKM/ VIII/2006 belum mampu melindungi pelaku usaha kecil sehingga menimbulkan ketidakberdayaan dalam menghadapi persaingan.

Ketidakmampuan bersaing, peraturan kurang memihak, perhatian yang kurang dari pemerintah mengancam keberadaan usaha kecil untuk tumbuh dan berkembang. Pada sisi yang lain usaha kecil dibutuhkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan rakyat, oleh karena itu diperlukan strategi pemberdayaan usaha kecil menuju kemandirian usaha dengan pendekatan manajemen profesional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan dirumuskan sebagai berikut.

- 1) Sejauhmana organisasi dan pemasaran mampu meningkatkan terwujudnya kemandirian usaha bagi pelaku usaha kecil?
- 2) Sejauhmana strategik pengelolaan usaha mampu meningkatkan terwujudnya usaha kecil menjadi pelaku usaha yang mandiri?
- 3) Sejauhmana pengelolaan sumber daya manusia mampu meningkatkan terwujudnya usaha kecil menjadi pelaku usaha yang mandiri?
- 4) Sejauhmana organisasi dan pemasaran, strategi usaha, dan sumber daya manusia mampu meningkatkan terwujudnya usaha kecil menjadi pelaku usaha yang mandiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji fenomena yang mempengaruhi kesulitan usaha kecil sehingga perlu ditindaklanjuti dengan studi empirik, yaitu:

Kajian terhadap organisasi dan pemasaran usaha kecil, kajian strategi pengelolaan usaha, kajian sumber daya manusia, kajian kemandirian usaha, yang dapat mempengaruhi proses menuju pengembangan usaha kecil yang tangguh, mandiri dan sehat. Hasil kajian akan memberikan *output* tentang rancangan pedoman pengelolaan usaha kecil, yang memuat strategi pengelolaan organisasi dan pemasaran, strategi pengelolaan bisnis, dan pemberdayaan sumber daya manusia.

2. KAJIAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Usaha Kecil

Dewayanti, R., dan Erna Ermawati Chotim (2004:10) usaha kecil sebagai usaha-usaha marginal dan subsistem dengan jenis produksi atau transaksi jual beli dalam bentuk kecil, dilakukan oleh orang-orang yang sudah dikenal, kesepakatan dibangun bersifat langsung diantara dua orang atau lebih dengan orang-orang yang dipercaya berdasarkan referensi pribadi, menggunakan aturan tersendiri dan menggabungkan berbagai jenis pekerjaan yang sumberdayanya dimiliki dan dikendalikan sendiri oleh pelaku usaha untuk kebutuhan-kebutuhan yang bersifat subsistem.

Undang-Undang N0 9 tahun 1995, kriteria Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

2.1.2 Pemberdayaan

Pemberdayaan berdasarkan tujuan, proses, dan cara-cara pemberdayaan (Suharto, 2005:210) merupakan sebuah proses dimana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagi pengontrolan, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupan. Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh ketrampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupan dan kehidupan orang lain yang menjadi keahliannya.

Pelaksanaan proses dan pencapaian tujuan pemberdayaan melalui penerapan pendekatan pemberdayaan yang disingkat 5P (Suharto, 2005: 218) yaitu: 1) Pemungkinan, 2) Penguatan, 3) Perlindungan, 4) Ponyokongan, 5) Pemeliharaan.

Pemberdayaan masyarakat secara umum dapat diwujudkan dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar pendampingan masyarakat (Karsidi, 1988), yaitu: 1) Belajar Dari Masyarakat, 2) Pendamping sebagai Fasilitator, dan 3) Saling Belajar.

Keterlibatan *stakeholder* dalam pemenuhan kebutuhan pemberdayaan masyarakat untuk usaha kecil yang sudah terjadi dan banyak dilakukan selama ini, dapat diidentifikasi seperti tertera pada tabel berikut.

Tabel 2. Analisis Pemenuhan Kebutuhan Pemberdayaan usaha kecil dari *stakeholder*.

No	Kebutuhan Pembelajaran	Keadaan Sekarang	
		Instansi	Spesifikasi Pelayanan
1	Kemampuan Teknologi	- Disperindagkop dan PKM - Perguruan Tinggi - LSM - Sekolah Kejuruan, Disnaker	- Pelatihan, Pembinaan - Pengabdian Masyarakat - Bimbingan usaha - Pelatihan, Kursus - Magang
2	Pengetahuan Permodalan	Disperindagkop dan PKM	- Pembinaan, Pelatihan
3	Pengetahuan Pemasaran	Disperindagkop dan PKM	- Pembinaan organisasi - Pendaftaran, - Perizinan - Pembinaan niaga - Kemitraan - Pembinaan koperasi
4	Peningkatan Kreativitas	-	Secara khusus, belum ada
5	Peningkatan Prakarsa	-	Secara khusus, belum ada
6	Peningkatan Keuletan berusaha	-	Secara khusus, belum ada
7	Peningkatan Keberanian Berisiko	-	Secara khusus belum ada
8	Peningkatan Kewirausahaan	- Disperindagkop dan PKM - Perguruan Tinggi - LSM - Disnaker	Pelatihan-pelatihan
9	Layanan Permodalan	- Perbankan - BUMN	Promosi Pinjaman Modal terkait proyek

Sumber: Karsidi, 2003

Hubungan antar peran masing-masing *stakeholder* usaha kecil (Karsidi dan Irianto, 2005) diharapkan mampu memberikan sumbangan yang signifikan bagi kemajuan usaha. Pemberdayaan usaha kecil perlu diberi motivasi dan manfaat dari berbagai peluang dan fasilitasi yang diberikan oleh berbagai pihak (*stakeholder*) karena tanpa partisipasi usaha kecil secara individu maupun kelompok akan berakibat gagalnya usaha pemberdayaan yang dilakukan.

2.1.3 Langkah-Langkah Pemberdayaan Usaha Kecil.

Pemberdayaan bagi masyarakat sangatlah penting (termasuk usaha kecil), menurut Wirutomo, dkk (2003) bisa disebut sebagai hanya suatu konteks pemecahan

masalah ketegangan hubungan antar negara (*state*) dengan masyarakat (*community*) yaitu untuk menggeser tanggung jawab negara dalam menanggulangi masalah (termasuk kemiskinan) di masyarakat. Kondisi tersebut akan dapat dilaksanakan apabila didukung oleh kelembagaan lokal yang memiliki kapasitas dan kapabilitas sesuai dengan dinamika dan tuntutan kebutuhan masyarakat. Keberhasilan pemberdayaan sangat bergantung pada partisipasi usaha kecil sebagai pelaku maupun *stakeholder* yang turut serta dan berperan dalam pengembangan. Keberadaan praktik pemberdayaan usaha kecil, untuk menggugah partisipasi masyarakat sasaran langkah-langkah yang dilakukan (Karsidi, 2005), adalah sebagai berikut.

- 1). Identifikasi potensi, dilakukan untuk mengetahui karakteristik sumber daya manusia usaha kecil dan lingkungan internalnya baik sosial, ekonomi dan sumber daya alam, maupun lingkungan eksternal usaha kecil.
- 2). Analisis kebutuhan, dilakukan oleh perwakilan usaha kecil yang dapat difasilitasi oleh Perguruan Tinggi/LSM/Swasta, maupun instansi terkait tentang berbagai kebutuhan dan kecenderungan produk dan pasar. Menggunakan pola analisis kebutuhan semacam ini diharapkan mampu mendorong terwujudnya manifestasi kebutuhan usaha kecil selaku individu pengusaha dan sebagai anggota kelompok.
- 3). Rencana program kerja bersama, bertujuan untuk mencapai kondisi yang diinginkan berdasarkan skala prioritas yang ditetapkan bersama. Apabila program kerja telah disepakati maka langkah berikutnya adalah pelaksanaan program kerja.
- 4). Monitoring dan evaluasi, bertujuan untuk mengetahui hasil pelaksanaan program kerja bersama apakah yang dikerjakan sudah sesuai dengan program kerja yang telah ditetapkan bersama, dan untuk membuat penyesuaian-penyusunan jika diperlukan sesuai dengan perubahan kondisi lingkungan.

2.2 Strategi Usaha

2.2.1 Pengertian Strategi

Strategi merupakan cara mencapai tujuan dengan melibatkan semua faktor andalan dalam organisasi. Proses manajemen strategik berkaitan dengan strategi bisnis meliputi penilaian terhadap lingkungan dan pengembangan strategik dan implementasi strategik serta evaluasi. Proses formulasi strategik meliputi kegiatan yang sistematis yaitu: menetapkan arah strategik organisasi, mengidentifikasi lingkungan dan analisis SWOT, merumuskan tujuan strategik, mengembangkan alternatif strategik, dan memilih strategik.

2.2.2 Hubungan Strategi bisnis dan Strategi SDM

Terdapat empat tipologi strategi sumber daya manusia terutama mengenai sistem karir yang disebut tipe *Baseball Team*, *Club*, *Academy*, dan *Fortress*. Fokus dari masing-masing tipologi strategi sumber daya manusia bersesuaian dengan strategi organisasi yang dikembangkan oleh Miles dan Snow, yaitu *Prospektor*, *Defender*, *Academy* dan *Analyzer*. Konsep sebagai *organizational diagnosis* (OD) adalah penilaian yang sistematis dan keterkaitan antara praktik-praktik organisasi dengan tujuan-tujuan bisnis (Ulrich, 1997:66). Terdapat empat tahap dalam *organizational diagnosis* yaitu: pertama; mempertimbangkan strategi bisnis sebagai strategi utama dikaitkan dengan sistem organisasi yang diperlukan bagi berlangsungnya strategi. Kedua, menggali dan menyusun spesifikasi kompetensi unggulan dan perilaku yang diperlukan untuk menjalankan strategi bisnis. Ketiga, memperhitungkan aktivitas manajemen sumber daya manusia yang relevan dengan kebutuhan tersebut. Keempat, melakukan penilaian terhadap aktivitas manajemen sumber daya manusia.

Tabel 3. Implikasi Strategi Perubahan Karakteristik Organisasi

Variabel	Karakteristik lalu	Karakteristik sekarang	Implikasi Strategik
Desain organisasi	Unit-unit usaha bersifat parsial	Satu kesatuan Perusahaan Daerah	Struktur organisasi terpadu
Prinsip organisasi	Otonomi unit	Satu kesatuan strategik	Sistem desentralisasi/lateral
Budaya kerja	Birokrasi	Prestasi	SDM berwatak <i>entrepreneur</i>
Sistem kompensasi	Peraturan pemerintah	Peraturan perusahaan	Sistem penilaian kinerja berdasarkan prestasi atau hasil
Orientasi strategi organisasi	Bertahan/ <i>survive</i>	Bertahan dan mencari peluang	Efisiensi biaya dan peningkatan <i>market share</i> /perluasan pasar
Sumber modal	Eksternal/pemerintah	Internal /akumulasi cadangan laba perusahaan/kredit perbankan	Cara kerja profesional
Strategi SDM	Mempertahankan karyawan yang ada (<i>Retensi</i>)	Pengembangan karyawan potensial dan penarikan tenaga baru yang siap pakai	Sistem kompensasi perlu diperbaiki dan menggunakan kemungkinan sistem paruh waktu (<i>part time</i>)
Penempatan karyawan	Kurang berdasarkan prinsip <i>the right man on the right job</i>	<i>The right man on the right job</i>	<i>Replacement</i>

Sumber : Ulrich, 1997

2.3 Kemandirian Usaha

Pembinaan dan Pengembangan merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk

menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan Usaha Kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, sebagaimana diatur menurut Undang-undang tentang Usaha Kecil (pasal 1 ayat 8 Permen KUKM N0: 02/Per/M.KUKM/I/2008). Kemandirian Usaha Kecil berupa sikap dan kondisi Usaha Kecil yang memiliki semangat *entrepreneurship* untuk semakin mampu memenuhi kebutuhan dengan mengandalkan kemampuan dan kekuatan sendiri. Pengembangan usaha kecil yang tangguh dan mandiri dengan tujuan mempermudah, memperlancar dan memperluas akses usaha kecil kepada sumberdaya produktif agar mampu memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumberdaya lokal serta menyesuaikan skala usaha sesuai dengan tuntutan efisiensi. Sistem pengembangan usaha kecil dibangun dengan melalui pengembangan pendukung/penyedia jasa pengembangan usaha yang terjangkau, semakin tersebar dan bermutu untuk meningkatkan akses usaha kecil terhadap pasar, dan sumberdaya produktif, seperti sumber daya manusia, modal, pasar, teknologi dan informasi termasuk mendorong peningkatan intermediasi lembaga keuangan. Tambunan (2012:6) menyebutkan bahwa sebagian besar pengusaha kecil di Indonesia mempunyai alasan berusaha karena adanya peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman serta besar. Oleh karena itu usaha kecil lebih banyak muncul karena kemandirian dalam menjalankan usaha, walaupun masih terjadi beberapa kegagalan karena belum memiliki kemampuan dalam menyelenggarakan kegiatan bisnis.

Menentukan kebijakan strategis dan terpadu untuk mengembangkan sektor usaha kecil, dengan harapan menjadikan usaha kecil sebagai kekuatan ekonomi mandiri, mampu memberi kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan domestik bruto. Berarti dengan penguatan lembaga pembiayaan serta kebijakan strategis dalam mengembangkan usaha sektor kecil merupakan kekuatan ekonomi yang mandiri untuk terbentuknya usaha kecil yang tangguh dan sehat (Wahyudiono, 2013).

Pemberdayaan masyarakat merupakan pola pikir untuk merubah kondisi masyarakat ke arah yang lebih maju. Program yang telah dilaksanakan di bidang usaha ekonomi khususnya pada sub bidang bantuan pembangunan dan ekonomi masyarakat, beserta dampak program pemberdayaan tersebut terhadap kemandirian usaha ekonomi masyarakat miskin diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akibatnya diperlukan adanya kerjasama yang baik antar pemerintah dan masyarakat dalam mewujudkan kemandirian untuk melaksanakan kegiatan usaha sebelum beralih ke pemberdayaan masyarakat berikutnya. Pemberdayaan yang dilaksanakan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi terutama pada produktivitas dan pendapatan masyarakat yang mendapatkan bantuan (Dwi Pratiwi Kurniawati, dkk, 2013).

2.4 Manajemen Profesional

Keberhasilan seorang pemimpin tergantung pada hasil kinerja orang lain, oleh karena itu kemampuan mengukur diri sendiri sebagai dasar pengendalian diri untuk dapat mengelola usaha yang profesional dan mampu menciptakan organisasi yang kompetitif dalam memproduksi, mengintermediasi, berelasi dan berafiliasi, dan kemampuan untuk menjual produk (Glendoh: 2013).

Manajemen profesional merupakan suatu aktivitas terorganisasi untuk menghimpun, mengarahkan dan mengendalikan seluruh komponen termasuk sumber daya manusia, perangkat dan sistem yang ada agar dapat bergerak untuk mencapai hasil maksimal. Arah gerakan disesuaikan dengan pesatnya perkembangan dan kebutuhan organisasi juga masyarakat agar dapat memberikan kepuasan bagi semua komponen, baik internal organisasi maupun masyarakat dan institusi pengguna jasa atau barang hasil produk (Lyntrias: 2009).

Tugas pemimpin diantaranya menggerakkan karyawan dalam memelihara hubungan dengan pelanggan, bisa meyakinkan orang lain dan tidak memikirkan diri sendiri. Kondisi ini merupakan salah satu proses evolusi dari manajemen kekeluargaan ke manajemen profesional. Manajemen profesional diharapkan mampu menjadi dasar pengelolaan usaha kecil untuk menjalankan usaha agar mempunyai kredibilitas produk yang dapat bersaing dengan produk lain baik secara regional maupun global.

Ciri-ciri manajemen profesional ditinjau dari sisi operasional dan manajerial adalah:

- 1) Memperoleh dukungan top manajemen,
- 2) Bermanfaat untuk kepentingan internal dan juga eksternal organisasi,
- 3) Memiliki program jangka panjang,
- 4) Berorientasi ke masa depan dengan pendekatan *holistic* (menyentuh unsur perasaan/spiritual),
- 5) Melaksanakan prinsip efisiensi dan efektivitas,
- 6) Melakukan tindakan secara terencana,
- 7) Melakukan monitoring, evaluasi serta umpan-balik,
- 8) Karyawan dan pimpinan unit berkomitmen:
 - a) memiliki kompetensi dan pengalaman di bidangnya,
 - b) haus dan berani pada tantangan,
 - c) inovatif, kreatif, inisiatif dan efisien,
 - d) Memiliki integritas tinggi,
 - e) menghargai profesi lain,
 - f) selalu siap menghadapi resiko,
 - g) bertanggungjawab atas perbuatannya;
- 9) Mampu menerapkan teknologi tepat guna,
- 10) Kepemimpinan dalam membangun komitmen,
- 11) Semua lapisan berpartisipasi aktif dalam aktivitas,
- 12) Kerjasama tim solid,
- 13) Memberikan penghargaan pada karyawan berprestasi,
- 14) Persuasi pada karyawan yang kurang berprestasi untuk menjadi yang terbaik melalui konsultasi-bimbingan dan pendidikan pelatihan berkesinambungan,
- 15) Memiliki budaya korporat: transparansi (terbuka), independensi (tidak bergantung), *responsive* (cepat tanggap), akuntabilitas (dapat dipertanggungjawabkan), dan jujur.

2.6 Sumber Daya Manusia

Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara: a. memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan; b. meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; serta c. membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru. Berdasarkan aspek tersebut berarti sumber daya manusia merupakan subyek terpenting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga dapat mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat.

Prinsip peran sumber daya manusia yaitu manajemen yang strategis, manajemen infrastruktur perusahaan, manajemen kontribusi karyawan, dan manajemen transformasi dan perubahan. Peran sumber daya manusia sebagai partner strategis artinya dituntut untuk memiliki kemampuan menterjemahkan visi, dan misi serta strategi bisnis ke dalam kebijakan strategi sumber daya manusia. *Administrative expert*, berperan sebagai ahli administrasi sumber daya manusia memberikan desain dan melayani sistem yang efisien dan efektif proses dan pelaksanaannya, meliputi seleksi, training, pengembangan, penghargaan tenaga kerja, promosi serta pengelolaan lainnya. *Employee Champion* harus bisa meningkatkan komitmen dan kontribusi tenaga kerja untuk mencapai keberhasilan organisasi serta menjadi pelindung tenaga kerja. Peran sumber daya manusia dalam mentransformasi perubahan menghadapi perubahan persaingan dengan membangun kapasitas organisasi agar mampu merespon perubahan serta harus bertanggung jawab untuk mendesain dan mengelola perubahan serta berperan sebagai katalisator/sponsor, fasilitator dan demonstrator.

2.7 Studi Pendahuluan

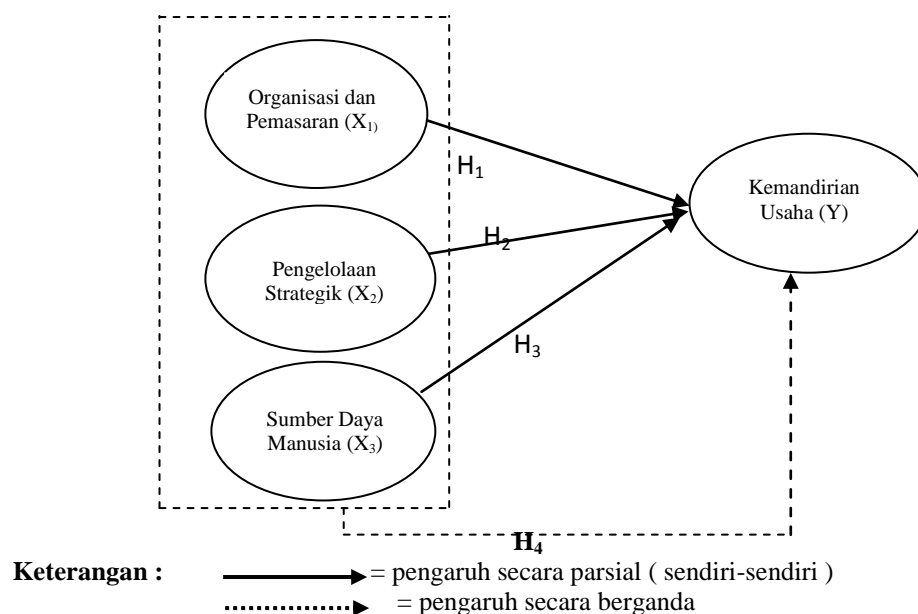
Kajian yang dilakukan Sukirman (2010) terhadap pemberdayaan masyarakat ekonomi lemah menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro belum mampu memanfaatkan pengelolaan manajemen organisasi, sehingga memerlukan adanya bimbingan pengelolaan manajemen dalam mengendalikan perusahaan. Selain itu struktur organisasi kurang jelas sehingga berdampak pada ketidak jelasan dalam pembagian pekerjaan, yang akhirnya saling melempar tanggung jawab apabila terjadi kegagalan. Selain itu, Sukirman (2012) melakukan kajian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja lingkungan terhadap industri

kecil, hasilnya menunjukkan bahwa pengelolaan lingkungan pada industri kecil belum dilaksanakan secara maksimal, kaitannya dengan keterlibatan karyawan, kinerja lingkungan dan kinerja perusahaan. Sehingga dibutuhkan adanya keterkaitan antara industri kecil dengan karyawan dalam meningkatkan kinerja lingkungan menuju keberhasilan perusahaan. Glendoh (2013) melakukan pengkajian terhadap pembinaan dan pengembangan industri kecil, hasilnya menunjukkan bahwa pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam pembangunan ekonomi masih dirasakan sangat diperlukan untuk memacu laju pertumbuhan perekonomian dalam upaya mensejahterakan masyarakat. Diperlukan pimpinan perusahaan termasuk usaha kecil yang mampu melakukan manajemen survival agar usahanya tetap dapat hidup dan semakin meningkat. Jeffrey S. Bracker, et al (2006) membahas hubungan antara proses perencanaan dan kinerja kelompok perusahaan kecil dalam pengembangan industri, menunjukkan bahwa perencanaan strategis mampu meningkatkan pengembangan perusahaan kecil dengan berdasarkan kelompok usaha.

2.8 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep untuk pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis



2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₁ : Organisasi dan pemasaran mampu meningkatkan terwujudnya usaha kecil menjadi pelaku usaha yang mandiri dan profesional.

H₂ : Strategik usaha mampu meningkatkan terwujudnya usaha kecil menjadi pelaku usaha yang mandiri dan profesional.

H₃ : Sumber daya manusia mampu meningkatkan terwujudnya usaha kecil menjadi pelaku usaha yang mandiri dan profesional.

H₄ : Secara bersama-sama organisasi dan pemasaran, strategi usaha, dan sumber daya manusia mampu meningkatkan terwujudnya usaha kecil menjadi pelaku usaha yang mandiri dan profesional.

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha kecil berdasarkan UU nomor 9 Tahun 1995 yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM di Kabupaten Pati berjumlah 66 Kelompok. Sampel menggunakan *purposive random sampling* dengan ketentuan masa kerja pengelola sekurang-kurangnya lima tahun, usia maksimum 50 tahun dan mempunyai karyawan antara 5 sampai dengan 20 orang. Berdasarkan syarat tersebut diperoleh tiga wilayah yang memenuhi kriteria yaitu kecamatan Pati, Kecamatan Tayu dan Kecamatan Juwana dengan jumlah kelompok usaha terdiri dari 35 kelompok serta jumlah sampel 85 orang. Klasifikasi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Populasi dan Sampel

Populasi	Sampel	Responden	
Juwono (24 kelompok)	Ketua kelompok	10	47
	Pelaku usaha	17	
	Pengelola	20	
Pati (5 kelompok)	Ketua kelompok	5	19
	Pelaku usaha	7	
	Pengelola	7	
Tayu (6 kelompok)	Ketua kelompok	5	19
	Pelaku usaha	7	
	Pengelola	7	
Jumlah			85

3.2 Cara Perolehan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan klasifikasi seperti pada tabel berikut.

Tabel 5. Cara Perolehan Data

Variabel	Indikator	Metode Perolehan Data
Organisasi dan Pemasaran	1. Struktur organisasi 2. Promosi 3. Produksi 4. Peluang Pasar 5. Pesaing 6. Kualitas 7. Pengembangan pasar 8. Penetapan pasar	Memberikan kajian secara kualitatif terhadap indikator dan memberikan <i>review</i> yang mendalam dengan Diskop dan UMKM terkait dengan konsep pengembangan usaha kecil yang tangguh, mandiri, sehat dan profesional.
Kajian Strategik	1. Perencanaan 2. Ijin pendirian	Mengkaji indikator-indikator penelitian yang diharapkan dapat menjamin

	3. Pengawasan, 4. Pengembangan usaha, 5. Pengambilan keputusan	kepastian usaha bagi pihak-pihak yang terkait dengan kegiatan pelaku usaha kecil.
Kajian Sumber Daya Manusia	1. Percaya diri 2. Berorientasi hasil 3. Berani resiko 4. Berani berhutang 5. Inovatif dan kreatif 6. Orientasi ke masa depan 7. Pengembangan karir	Mengkaji indikator-indikator penelitian yang diharapkan mampu memperoleh sifat kewirausahaan dan peningkatan sumber daya manusia bagi pelaku usaha kecil.
Kajian Kemandirian Usaha	1. Mampu memenuhi sendiri 2. Tidak mudah menyerah 3. Berani mengambil keputusan 4. Berani bersaing 5. Menerima keunggulan pesaing	Mengkaji indikator-indikator penelitian yang diharapkan mampu memperoleh sifat kemandirian usaha bagi pelaku usaha kecil.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Organisasi dan Pemasaran.

Konsep sebagai *organizational diagnosis* adalah penilaian yang sistematis dan keterkaitan antara praktik-praktik organisasi dengan tujuan-tujuan bisnis (Ulrich, 1997:66), meliputi indikator sebagai berikut: Struktur organisasi, 2) Promosi, 3) Produksi, 4) Peluang Pasar, 5) Pesaing, 6) Kualitas, 7) Pengembangan pasar, 8) Penetapan pasar.

3.3.2 Strategik Usaha.

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan dengan melibatkan semua faktor andalan dalam organisasi secara strategik. Strategik usaha merupakan faktor yang mempengaruhi komitmen operasional organisasi menuju kemandirian usaha, terdapat lima indikator strategi usaha yaitu: 1) Perencanaan, 2) Ijin pendirian, 3) Pengawasan, 4) Pengembangan usaha, 5) Pengambilan keputusan.

3.3.3 Sumber Daya Manusia

Strategi sumber daya manusia merupakan penentu aktivitas, prioritas, yang diperlukan untuk menciptakan nilai terhadap bisnis yang dijalankan, dimana terdapat 5 sifat utama yaitu: 1) Percaya diri, 2) Berorientasi hasil, 3) Berani resiko, 4) Berani berhutang, 5) Inovatif dan kreatif.

3.3.4 Kemandirian Usaha

Kemandirian merupakan salah satu sikap yang mengutamakan kemampuan diri sendiri dalam mengatasi berbagai masalah demi mencapai satu tujuan, tanpa menutup diri terhadap berbagai kemungkinan kerjasama yang saling menguntungkan, meliputi

indikator: 1) Mampu memenuhi diri sendiri, 2) tidak mudah menyerah, 3) Berani mengambil keputusan, 4) Berani bersaing, 5) Menerima keunggulan pesaing.

3.4 Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk mengkaji keberadaan variabel organisasi dan pemasaran, kajian strategik, sumber daya manusia, kajian kemandirian usaha. Mengidentifikasi dan mengkaji keberadaan variabel dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Analisis kualitatif digunakan dalam penelitian dengan *focus group discussion* (FGD) antara peneliti maupun dengan pengelola usaha kecil.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Data

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi berganda dengan program SPSS 16,0 diperoleh hasil seperti tabel 6.

Tabel 6. Hasil Estimasi Regresi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.946	.451		4.632	.000
	X ₁	.234	.076	.243	3.158	.001
	X ₂	.124	.054	.168	2.216	.031
	X ₃	.186	.069	.219	2.437	.016

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer diolah 2014.

Berdasarkan tabel 6 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 1,946 + 0,234 X_1 + 0,124 X_2 + 0,186 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Variabel organisasi dan pemasaran, strategik usaha, dan sumber daya manusia mempunyai arah koefisien yang positif terhadap kemandirian usaha.
- Nilai konstanta sebesar = 1,946 menunjukkan bahwa dalam kondisi variabel organisasi dan pemasaran, strategi usaha, sumber daya manusia dan kemandirian usaha dengan konstanta nol maka kemandirian usaha memiliki nilai dasar sebesar 1,946.
- Koefisien organisasi dan pemasaran memberikan nilai sebesar 0,234 yang berarti bahwa jika organisasi dan pemasaran semakin baik sebesar satu satuan dengan asumsi variabel

- lain tetap maka kemandirian usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,234.
- d. Koefisien strategi usaha memberikan nilai sebesar 0,124 yang berarti bahwa jika strategi usaha semakin tinggi atau naik sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap maka kemandirian usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,124.
- e. Koefisien sumber daya manusia memberikan nilai sebesar 0,186 yang berarti bahwa jika sumber daya manusia semakin kuat atau naik sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap maka kemandirian usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,186.

4.2 Pengujian Hipotesis (Uji t-test)

Berdasarkan hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai beta *standardized coefficient* organisasi dan pemasaran sebesar 0,243 dan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis organisasi dan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian usaha diterima.

Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai beta *standardized coefficient* strategi usaha sebesar 0,168 dan tingkat signifikansi 0,031 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis strategi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian usaha diterima.

Berdasarkan hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai beta *standardized coefficient* sumber daya manusia sebesar 0,219 dan tingkat signifikansi 0,016 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian usaha diterima.

4.3 Uji F

Uji F menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara simultan dalam menerangkan variasi variabel terikat dengan kriteria tingkat signifikansi nilai $\alpha < 0,05$. Jika signifikansi nilai $\alpha < 0,05$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Secara Berganda

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.819	3	1.203	6.748	.000 ^a
	Residual	16.475	82	.153		
	Total	20.294	85			

a. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah 2014.

Hasil uji regresi pengaruh organisasi dan pemasaran, strategik usaha, dan sumber daya manusia terhadap kemandirian usaha menunjukkan nilai F hitung sebesar 6,748 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara berganda variabel organisasi dan pemasaran, strategik usaha dan sumber daya manusia mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian usaha.

4.4 Uji R² (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.412 ^a	.169	.142	.41870

a. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

Sumber : Data primer diolah 2014.

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,142. Berarti 14,2% variasi variabel kemandirian usaha dapat dijelaskan oleh variabel organisasi dan pemasaran, strategik usaha, dan sumber daya manusia, sedangkan sisanya sebesar 86,8% (100-14,2%) diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Semakin meningkatnya pengelolaan organisasi usaha kecil, seperti pengelolaan usaha, struktur organisasi, pengembangan manajemen usaha akan berdampak semakin meningkatnya kemampuan menjalankan usaha, khususnya dalam menciptakan usaha kecil yang mandiri. Akhirnya akan berdampak pada masalah-masalah keberdayaan, seperti persaingan, kualitas, percaya diri, termasuk pengadaan bahan baku dari *supplier* maupun pengembangan kegiatan usaha untuk mencapai tujuan jangka panjang. Kesadaran pengusaha kecil untuk dapat memenangkan persaingan, diperlukan pemberdayaan usaha dengan menerapkan manajemen profesional menuju usaha yang mandiri, tangguh dan sehat. Menurut Wirutomo, dkk (2003) menyebutkan bahwa awal dari perpipakan pemberdayaan masyarakat sangatlah penting termasuk usaha kecil, merupakan suatu konteks pemecahan masalah ketegangan hubungan antar negara (*state*) dengan masyarakat (*community*) yaitu untuk menggeser tanggung jawab negara dalam menanggulangi masalah kemiskinan di masyarakat.

Keberhasilan pemberdayaan sangat bergantung pada partisipasi usaha kecil sebagai pelaku maupun *stakeholder* lain yang turut serta dan berperan dalam pengembangan perusahaan.

Pengelolaan pemasaran merupakan upaya terpadu dalam mengorganisasikan promosi, pesaing, produksi, kualitas, pengembangan pasar, dan penetapan pasar. Kondisi usaha kecil dalam mengelola pemasaran mengalami berbagai macam kesulitan terutama menghadapi persaingan dari pelaku usaha menengah dan besar. Kemampuan untuk menjadi usaha yang mandiri dan profesional perlu adanya dukungan dan pendampingan dari *stakeholders* termasuk pemerintah daerah sehingga upaya untuk menjalankan usaha secara mandiri dan profesional akan mudah terwujud. Ketidakmampuan dalam mengembangkan pasar merupakan salah satu dari faktor munculnya kegagalan usaha, oleh karena itu diperlukan keahlian bagi pelaku usaha kecil untuk dapat menjadi pelaku usaha yang tangguh dalam menjangkau pasar melalui perlindungan dan penjaminan dari *stakeholders* dalam memasarkan produk, selain itu dibutuhkan keberanian bagi pelaku usaha kecil untuk mampu mengelola pengembangan pasar melalui kemandirian usaha dengan mengunggulkan spesifikasi produknya. Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar menyebabkan sulitnya bagi pelaku usaha kecil untuk memasarkan produknya. Kotler, (dalam Dewi Santi Nugraheni, 2011) konsep pemasaran bersandar pada empat pilar, yaitu : pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan profitabilitas.

Diperlukan rancangan strategi dalam mengembangkan usaha kecil sebagai tulang punggung ekonomi kerakyatan. Perencanaan merupakan bagian penting dalam menentukan strategi usaha kecil, oleh karena itu diperlukan pendampingan dalam penyusunan perencanaan, karena sebagian dari pelaku usaha kecil belum melakukan perencanaan dalam menjalankan usaha. Perencanaan pengembangan usaha sangat terbatas karena pelaku usaha kecil lebih didominasi oleh pemilik yang juga merupakan pekerja, sehingga kesempatan mengembangkan usaha tidak terpikirkan karena disibukkan dengan adanya kegiatan produksi yang dilakukan sendiri. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi usaha kecil maka diperlukan strategi untuk mengelolanya. Pengembangan usaha kecil tidak hanya dibebankan pada pelaku usaha itu sendiri namun harus memperoleh dukungan dari seluruh *stakeholder*. Selain itu diperlukan juga kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan usaha kecil (Jaka Sriyana, 2010).

Sebagian pelaku usaha kecil kurang menguasai pengelolaan sumber daya manusia, terutama kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri, akibatnya sering kali terjadi keruntuhan perusahaan akibat dari hilangnya kemampuan untuk menjadi diri sendiri dalam mengelola usaha. Ketidakberanian melakukan hutang merupakan salah satu kelemahan dari

pelaku usaha kecil dalam mengatasi kekurangan modal, akibatnya produksi tidak berjalan lancar bahkan berhenti sama sekali. Kreativitas dan inovasi merupakan bagian dari pengembangan usaha kecil, tetapi dalam kenyataannya justru usaha kecil masih bertahan dengan menggunakan konsep lama yang selalu mempertahankan manajemen turun temurun, oleh karena itu menyebabkan semakin tertinggal dengan pertumbuhan bisnis lainnya akibat dari perkembangan pengetahuan dan teknologi. Kreativitas dan inovasi merupakan daya dukung yang kuat terhadap pengembangan usaha kecil, karena konsumen selalu menginginkan pengembangan produk dalam pasar (Hadiyati, 2011).

Penerapan sumber daya manusia yang tepat dapat mempengaruhi peningkatan kinerja perusahaan, khususnya pada pengurangan resiko bisnis, pencegahan keterlambatan produksi, dan efisiensi organisasi. Karyawan merupakan bagian dari kelangsungan hidup perusahaan, tetapi yang terjadi pada perusahaan kecil justru sebagian pegawai merupakan bagian dari keluarga, atau karyawan tidak menerima upah didalam bekerja, sehingga tidak dapat menentukan karir apa yang akan diperoleh, dan sampai sejauh mana harus bekerja untuk membawa perusahaan menjadi lebih baik dan sempurna menuju kemandirian usaha yang profesional. Pengembangan karir merupakan upaya pribadi seorang karyawan untuk mencapai suatu rencana karir. Peran pengembangan karir sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan (Puji Isyanto, Sungkono, Cynthia Desriani, 2013). Karir bagi karyawan usaha kecil diharapkan bisa menjadi lebih jelas sehingga dimasa depan akan mampu menjadi pelaku usaha sendiri atau mengembangkan usaha menjadi lebih besar pada perusahaan kecil dimana sekarang bekerja.

Dampak pengelolaan usaha kecil yang dirasakan masyarakat diantaranya adalah produksi yang tidak teratur, karyawan tidak selalu siap dalam bekerja, pimpinan perusahaan tidak mempunyai struktur organisasi yang jelas, dan pemasaran produk kurang didukung oleh penguasaan wilayah dalam melindungi persaingan usaha. Berbagai masukan dari masyarakat masih ditanggapi dengan alasan bahwa kegiatan usaha terkait dengan faktor alam dan budaya, yaitu meneruskan usaha yang turun temurun tanpa menggunakan teknologi modern, keahlian diperoleh dari budaya setempat termasuk bahan baku yang ada pada lingkungan alam itu sendiri.

Pada variabel organisasi dan pemasaran terdapat indikator-indikator yang sudah diterapkan secara maksimal pada kelompok-kelompok usaha kecil di Kabupaten Pati. Indikator produksi dengan memanfaatkan bahan baku lingkungan, setelah dilakukan observasi di kelompok-kelompok usaha kecil menunjukkan bahwa telah menggunakan bahan

baku yang diperoleh dari hasil lingkungan sekitar terutama untuk usaha kecil makanan ringan. Selain itu dalam kelompok usaha kecil seperti bandeng presto, trasi dan sejenisnya pemenuhan bahan baku diambilkan dari alam atau laut yang jumlahnya sangat melimpah, maka kecenderungan produksi dari bahan baku ikan tidak mengalami kesulitan. Temuan ini didukung oleh perilaku pemilik usaha kecil yang menggunakan bahan baku sangat dipengaruhi oleh ketersediaan ikan di laut.

Kajian indikator manajemen organisasi dan pemasaran yang lain, berdasarkan pada pengamatan di lapangan menunjukkan indikasi yang kurang optimal. Indikator yang digunakan meliputi: upaya promosi, peluang pasar, persaingan pasar, kualitas produk, pengembangan pasar dan penetrasi pasar. Upaya untuk promosi belum dilakukan secara optimal pada usaha kecil dalam berbagai jenis produk. Kondisi keuangan yang terbatas, dan kemampuan tentang promosi yang kurang memadai menyebabkan kesulitan untuk menjangkau pasar, dan juga berdampak pada penumpukan produk yang belum mampu menjangkau konsumen. Pada kelompok usaha kecil tahu tempe dan marning jagung di wilayah Tayu masih ditemukan produk yang belum didistribusikan ke pasar karena persediaan produk sebelumnya belum laku terjual diakibatkan dari ketidaktahuan konsumen terhadap produk makanan tersebut.

Terhadap indikator yang mempunyai hubungan dengan pengembangan pasar dan menghadapi persaingan, upaya melakukan pengembangan pasar dan menghadapi pesaing belum dilakukan secara maksimal dan profesional. Berdasarkan hasil pengamatan menunjukkan bahwa pada umumnya sebagian besar kelompok usaha kecil masih menggunakan sistem pemasaran yang tradisional, dengan ciri: cenderung pada pembeli yang sudah dikenal, masih sebatas daerah sekitar, belum memiliki rencana pengembangan pasar, dan pengelolaan terhadap pesaing belum menjadi sasaran utama dalam menjangkau konsumen, akibatnya produksi tidak mampu bersaing dengan produk lain yang dilakukan oleh pengusaha menengah dan besar. Sementara pada kelompok kerajinan dan mainan anak-anak upaya mengembangkan pasar juga belum dilakukan dengan serius, artinya produk hanya dijual kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggan. Selain itu ketergantungan bahan baku yang mengakibatkan kesulitan untuk menciptakan produk berkualitas, akhirnya konsumen akan meninggalkan produk dan memilih produk lain yang lebih baik.

Pada indikator organisasi, sebagian besar belum diterapkan oleh kelompok-kelompok usaha kecil di Kabupaten Pati, hal ini terjadi karena pelaku bisnis beranggapan bahwa organisasi tidak diperlukan karena merupakan manajemen keluarga, sehingga tidak dilakukan pemisahan dalam pekerjaan, baik antara manajer maupun karyawan tidak terdapat perbedaan

dalam pembagian tugas. Hasil penelitian Ian Chaston (1997) menunjukkan bahwa bergerak menjadi lebih berwirausaha dan mengadopsi struktur manajemen organik dapat membantu kinerja usaha secara keseluruhan. Berarti memperkuat pandangan bahwa tidak bijaksana untuk merekomendasikan pemilik/ manajer agar mengadopsi gaya berwirausaha tanpa membimbing untuk menerapkan pertimbangan kesesuaian struktur organisasi saat ini. Analisis fungsi diskriminan menunjukkan bahwa organisasi dapat mempengaruhi kemampuan internal perusahaan dalam bidang-bidang inovasi, produktivitas karyawan dan manajemen kualitas.

Konsep pengelolaan strategi usaha kecil, intinya bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab yang sistematis dan teorganisir dalam ikut meningkatkan kinerja pertumbuhan usaha. Implementasinya dapat dilakukan dengan: melakukan perencanaan bisnis, membuat permohonan izin pendirian usaha, melakukan pengawasan, melakukan pengembangan usaha, dan melakukan pengambilan keputusan. Karyawan diposisikan sebagai salah satu bagian dari faktor produksi yang dituntut untuk dapat bekerja secara efisien dan optimal sehingga dapat menghasilkan output yang maksimal, akibatnya memiliki tanggung jawab terhadap pekerjaan yang cukup tinggi. Berdasarkan temuan lapangan selama observasi, hasilnya menunjukkan bahwa dalam melakukan perencanaan bisnis untuk menciptakan dan meningkatkan produksi dan pertumbuhan perusahaan menuju kemandirian usaha yang profesional, pelaku usaha kecil belum melaksanakan perencanaan dengan baik, terorganisir, yang menjadi bagian penting dalam strategi perusahaan. Kelompok-kelompok usaha kecil belum memiliki standar perencanaan bisnis, termasuk dalam melakukan pengawasan, pengambilan keputusan maupun dalam melakukan pengembangan usaha.

Pengelolaan kelompok-kelompok usaha kecil di Kabupaten Pati pada umumnya tanpa melakukan perencanaan bisnis, dilakukan dengan menggunakan manajemen lokal berdasarkan keahlian turun temurun, walaupun demikian terdapat beberapa kelompok-kelompok usaha kecil yang secara sadar telah mengetahui, mengerti, dan mengamati aturan-aturan di bidang perencanaan bisnis dan upaya-upaya untuk mengurangi resiko dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan fenomena tersebut, mengindikasikan bahwa permasalahan pengelolaan strategi usaha kecil masih perlu diperhatikan secara serius, dan diposisikan sebagai bagian dari strategi utama kelompok-kelompok usaha kecil serta menjadi salah satu keunggulan untuk melakukan pengembangan usaha dalam mewujudkan keunggulan bersaing. Selain itu kesadaran dan kontrol *stakeholders* maupun masyarakat sangat diperlukan dalam upaya-upaya untuk menciptakan kualitas dan kinerja perusahaan yang lebih baik.

Pengelolaan strategi bisnis pada kelompok-kelompok usaha kecil di Kabupaten Pati perlu memperhatikan karakteristik kelompok-kelompok usaha, kajian ekonomi, sosial budaya, dan kajian teknologi. Sementara itu untuk menciptakan proses pengelolaan strategi bisnis yang optimal perlu juga dikaji dengan membandingkan berbagai *best practice* yang sudah diterapkan oleh beberapa kelompok-kelompok usaha kecil sejenis. Segala sesuatu akan tercapai apabila ada peran pemerintah daerah terkait dengan regulasi-regulasi yang mengatur tentang pengelolaan usaha kecil. Peran perguruan tinggi berdasarkan tridharma melalui dharma ketiga memberikan kontribusi cukup besar dalam mendukung terbentuknya kelompok-kelompok usaha kecil yang memiliki pengelolaan bisnis dengan baik. Masyarakat sebagai komunitas yang terkena dampak langsung terhadap berbagai luaran proses produksi berfungsi sebagai pengendali melalui berbagai kritik dan masukan yang bertujuan untuk membantu menciptakan kualitas bisnis pada kelompok-kelompok usaha kecil di Kabupaten Pati.

Konsep pengelolaan sumber daya manusia usaha kecil intinya bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan dan memanfaatkan sumber daya manusia secara maksimal dan teorganisir untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Perkembangan selanjutnya dapat diwujudkan dengan: mengembangkan orientasi hasil, meningkatkan percaya diri, berani mengambil resiko, berani melakukan utang, melakukan inovasi dan kreasi, berorientasi kemasa depan, dan melakukan pengembangan karir bagi karyawannya. Karyawan merupakan salah satu bagian dari sumber daya manusia maka diharapkan dapat bekerja secara efektif dan efisien dengan menghasilkan produk yang maksimal. Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa dalam melakukan pengelolaan sumber daya manusia untuk menciptakan produksi perusahaan menuju kemandirian usaha, pelaku usaha kecil belum mampu mengelola sumber daya manusia dengan baik, belum tersusun secara profesional, sehingga mengakibatkan kurang maksimalnya pemberdayaan sumber daya manusia dalam melakukan kegiatan usaha.

Sebagian besar pengelolaan usaha pada kelompok-kelompok usaha kecil di Kabupaten Pati tanpa melakukan pengembangan karir terhadap sumber daya yang ada, karena adanya keterbatasan kemampuan dari pelaku usaha itu sendiri maupun ketidakmampuan dalam penyediaan modal akibat dari ketidakberanian dalam mengambil resiko untuk melakukan hutang.

Berdasarkan fenomena tersebut, mengindikasikan bahwa permasalahan pengelolaan sumber daya manusia bagi pelaku usaha kecil masih perlu diperhatikan secara saksama, dipandang perlu untuk menempatkan sumber daya manusia sebagai bagian dari tujuan utama

bagi pelaku usaha kecil, dimana merupakan salah satu prioritas untuk melakukan pengembangan sumber daya manusia dalam mewujudkan kekuatan perusahaan untuk menghadapi perubahan pengetahuan dan teknologi.

Menciptakan proses pengelolaan sumber daya manusia yang maksimal perlu dikaji dengan membandingkan berbagai *best practice* yang sudah diterapkan oleh beberapa kelompok-kelompok usaha kecil sejenis. Selain itu juga didukung peran pemerintah daerah terkait dengan regulasi-regulasi yang mengatur tentang pengelolaan sumber daya manusia untuk memberdayakan usaha kecil.

Berdasarkan hasil kajian menunjukkan bahwa pengelolaan organisasi dan pemasaran pada kelompok usaha kecil di Kecamatan Pati, Kecamatan Juwana, dan Kecamatan Tayu memunculkan adanya ketidakjelasan struktur organisasi, kurangnya melakukan promosi, lemahnya kualitas produksi, ketidakmampuan dalam melakukan persaingan usaha, serta belum melakukan pengembangan dan penetapan pasar secara jelas. Kondisi ini akibat dari keberadaan usaha kecil yang dilakukan secara turun temurun tanpa memperhatikan cara-cara bagaimana agar perusahaan berkembang sesuai dengan perubahan serta perkembangan pengetahuan dan teknologi. Teknologi industri yang berkembang begitu pesat tidak pernah tersentuh oleh pelaku usaha kecil, kenyataan ini merupakan akibat dari adanya unsur budaya yang melekat pada masyarakat pelaku usaha kecil dalam kehidupan sehari-hari yang terlalu mengikat sehingga sulit untuk melihat perkembangan bisnis pada dunia luar.

Sementara ini pada kelompok usaha kecil yang membutuhkan ketrampilan khusus seperti batik, monel, dan asesoris ditinggalkan oleh para generasi muda karena dianggap tidak menguntungkan serta membutuhkan ketekunan dan keuletan yang waktunya relatif lama untuk menyelesaikan sebuah produk, sedangkan hasilnya tidak sesuai dengan tenaga kerja yang dikeluarkan. Sehingga tinggal generasi tua yang melanjutkan usaha dengan kondisi apa adanya sesuai dengan sisa kemampuan tanpa memperhatikan perkembangan pengetahuan maupun teknologi saat ini.

Permasalahan yang masih dihadapi adalah mengangkat generasi muda agar mampu mengembangkan dan melanjutkan kegiatan usaha dengan mempertimbangkan faktor manajemen organisasi, pengembangan promosi, meningkatkan produksi, serta melakukan pengembangan peluang pasar untuk menghadapi pesaing dengan menciptakan produk yang berkualitas.

Selain itu didukung dengan kemampuan untuk melakukan perencanaan strategik dalam melakukan usaha, maka pelaku usaha kecil diharapkan mempunyai kemampuan untuk melakukan pengawasan jalannya perusahaan dengan menunjukkan keberanian untuk

mengambil keputusan apabila terjadi permasalahan-permasalahan yang mendasar dalam mengantisipasi terjadinya kegagalan usaha. Hal ini bisa terjadi andaikata terdapat perlindungan dan bimbingan dari lembaga terkait termasuk pemerintah daerah selaku lembaga yang mempunyai tanggung jawab untuk menjamin kelangsungan hidup usaha bagi pelaku usaha kecil. Kemampuan kewirausahaan juga dituntut bagi pelaku usaha kecil terutama dalam mengelola sumber daya manusia agar muncul sifat percaya diri, berani mengambil resiko, berani melakukan hutang, dan mempunyai keberanian melakukan inovasi dan kreasi untuk mewujudkan perusahaan yang memiliki orientasi ke masa depan dalam mengembangkan usaha termasuk melakukan pendidikan dan pelatihan bagi para karyawan dalam mewujudkan pengembangan karir kearah yang lebih baik.

4.6 PENUTUP

4.6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan, maka dapat disusun kesimpulan sebagai berikut.

Permasalahan pengelolaan usaha kecil masih merupakan bagian dari kekurangan terutama dalam bidang pengelolaan organisasi dan pemasaran, strategi pengelolaan usaha, dan pengelolaan sumber daya manusia, sehingga perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi kelompok usaha kecil di Kabupaten Pati. Hasil kajian menunjukkan bahwa pada kelompok usaha kecil masih mengalami kesulitan dalam mengelola organisasi, pemasaran, strategi usaha dan pengelolaan sumber daya manusia. Kondisi ini terjadi akibat dari pengelolaan manajemen yang turum temurun, ketidakmampuan untuk mengakses perkembangan pengetahuan dan teknologi, serta kondisi lingkungan budaya yang mengakar sehingga sulit untuk melakukan perubahan. Selain itu masih dijumpai adanya ketidakmampuan dalam mengelola sumber daya manusia, khususnya dalam melakukan alih teknologi sebagai dasar dalam melakukan perkembangan usaha. Sementara itu masih dijumpai adanya generasi muda yang tidak tertarik untuk melakukan bisnis yang sudah dikelola generasi sebelumnya, akibatnya perusahaan semakin lama akan semakin berguguran sesuai dengan proses perjalanan waktu.

Kelompok-kelompok usaha kecil masih bergantung pada kondisi alam, terutama pada proses produksi masih menerapkan model manajemen keluarga. Artinya bahwa belum ada kegiatan yang sistematis dalam menyelesaikan masalah-masalah pengelolaan usaha yang ditimbulkan dari kegiatan produksi. Model manajemen keluarga masih dapat dijumpai karena belum adanya pembagian tugas yang jelas, belum menerapkan manajemen yang profesional,

dan perusahaan baru menanggapi perubahan setelah terjadi kegagalan fatal, serta belum adanya kesadaran yang proaktif dilakukan oleh pengelola usaha kecil untuk mengembangkan usaha yang mandiri melalui pengelolaan manajemen profesional.

Kepentingan keluarga masih sangat mendominasi dalam kegiatan usaha di kelompok-kelompok usaha kecil, dan pengelolaan manajemen menuju kemandirian usaha belum sepenuhnya menjadi bagian dari strategi perusahaan.

Peran Pemerintah Daerah masih belum maksimal dalam ikut serta menangani masalah-masalah pemberdayaan usaha pada kelompok-kelompok usaha kecil di Kabupaten Pati, terutama dalam kegiatan untuk mengembangkan usaha kecil menjadi pelaku usaha yang mandiri dengan menggunakan pendekatan manajemen profesional.

4.6.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan kecil di Kabupaten Pati, sehingga masih dimungkinkan untuk dilakukan penelitian sejenis pada perusahaan dan wilayah lain yang lebih luas.

4.6.3 Implikasi

Perlu adanya pemikiran dan tindakan yang komprehensi dalam menangani masalah-masalah pengelolaan usaha kecil di Kabupaten Pati, dengan lebih meningkatkan keterlibatan masyarakat, *stakeholders*, dan pemerintah.

Kelompok-kelompok usaha kecil yang masih menggunakan manajemen keluarga, diperlukan pengembangan dengan memanfaatkan manajemen profesional dalam mengelola perusahaan, dengan harapan agar dapat menjadi pelaku usaha yang mandiri, sehat serta tangguh dalam menghadapi persaingan terutama dari produk-produk perusahaan menengah, besar dan produk import.

Diperlukan adanya perubahan penggunaan teknologi bagi pelaku usaha kecil yang masih menggunakan bahan baku alam dalam proses produksi seperti kayu bakar, arang, daun dan sebagainya diganti dengan menggunakan gas, oven, kertas dan sejenisnya untuk lebih efisien dan efektif serta mengurangi polusi udara yang memberikan sumbangan besar terhadap kerusakan lingkungan.

Dibutuhkan adanya keterlibatan pemerintah daerah terutama dalam memberdayakan keahlian pelaku usaha kecil melalui pelatihan untuk produk-produk yang memerlukan ketrampilan khusus seperti desain batik, desain asesoris monel/kuningan, pengolahan hasil ikan dan sebagainya, sehingga akan menghasilkan produk yang berkualitas serta mempunyai daya saing tinggi.

Pemberdayaan usaha kecil memerlukan pedoman pengelolaan usaha agar dapat dengan mudah untuk menjalankan bisnisnya, tanpa harus menunggu bimbingan dan bantuan dari pihak lain, oleh karena itu dibutuhkan peran serta pemerintah daerah, perguruan tinggi dan *stakeholders* untuk mewujudkan adanya pedoman pengelolaan usaha kecil yang dapat menciptakan pelaku usaha kecil menjadi tangguh, mandiri, sehat dan profesional. Akibatnya dapat meningkatkan produktifitas serta berdampak pada pertumbuhan usaha yang sinergis dalam menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewayanti, R., dan Erna Ermawati Chotim, 2004. *Marjinalisasi dan Eksploitasi Perempuan Usaha Mikro di Pedesaan Jawa*. Bandung: Yayasan AKATIGA.
- Dewi Shanti Nugrahani, 2011. E-Commerce Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Dan Menengah No 1, Januari 2011 – SEGMEN *Jurnal Manajemen dan Bisnis* hl 1-16
- Dwi Pratiwi Kurniawati, Bambang Supriyono, Imam Hanafi, 2013. Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Usaha Ekonomi (Studi pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto), *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. I, No. 4, Hal 9-14.
- Glendoh, Sentot Herman, 2013. Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 1, Maret 2001, hal: 1 – 13.
- Hadiyati, 2011. Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan* vol 13 no 1 maret 2011, hal 8-16.
- Ian Chaston, (1997). "Small firm performance: assessing the interaction between entrepreneurial style and organizational structure", *European Journal of Marketing*, Vol. 31 Iss: 11/12, pp.814 – 831.
- Jaka Sriyana, 2010. Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif. *Simposium Nasional*. hl 79-103 [http://dppm.uui.ac.id/dokumen/dikti/files/DPPM-UII_09._79-103_Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah \(UKM\).pdf](http://dppm.uui.ac.id/dokumen/dikti/files/DPPM-UII_09._79-103_Strategi%20Pengembangan%20Usaha%20Kecil%20dan%20Menengah%20(UKM).pdf).
- Jeffrey S. Bracker, Barbara W. Keats and John N. Pearson, 2006. Planning and financial performance among small firms in a growth industry, *Strategic Management Journal*, Volume 9, Issue 6, pages 591–603, November/December 1988.
- Karsidi, Ravik. 1988. "Pengorganisasian Potensi Pembangunan Masyarakat, Suatu Model Menumbuhkan Partisipasi". *Makalah*. KNPI Surakarta.
- Karsidi dan Heru Irianto. 2005. "Strategi Pemberdayaan UMKM di Wilayah Surakarta." Makalah disampaikan dalam Diskusi Regional Kerjasama Bank Indonesia Solo dengan Badan Koordinasi Pembangunan Lintas Kabupaten/Kota Wilayah II Surakarta Propinsi Jawa Tengah. Solo 30 Juni 2005.

- Lyntrias, 2009. *Manajemen profesional vs kekeluargaan*, <http://lyntrias.wordpress.com/2009/07/14/manajemen-profesional-vs-ekeluargaan/>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 32 Tahun 1998. *Tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil*.
- Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UMKM Nomor 19/per/M.KUKM/ VIII/2006 Tentang Pedoman Teknis Perkuatan Permodalan Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah di Kawasan Industri.
- Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM, Nomor: 06/Per/M.KUKM/XI/2012 Tentang Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2012-2014.
- Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia Nomor: 02/Per/M.KUKM/I/2008 Tentang Pedoman Pemberdayaan Business Development Services-Provider (BDS-P) Untuk Pengembangan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM).
- Puji Isyanto, Sungkono, Cynthia Desriani, 2013. Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Motivasi Karyawan pada PT. Excel Utama Indonesia Karawang. *Jurnal Manajemen* vol. 10 no 3 april 2013 hl 1124-1134.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2010-2014.
- Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025.
- Suharto E., 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung: Rafika Aditama.
- Sukirman, 2010. Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Kecil yang Dikelola Perempuan (Dengan Pendekatan *Balanced Scorecard*), *Jurnal Kinerja, Bisnis dan Ekonomi*. Volume 14, Nomor 3, September 2010, h.248-262. ISSN 0853-6627. Terakreditasi SK. No. 108/DIKTI/KEP/2007.
- , 2012. Analisis Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Industri Kecil, *Jurnal Dinamika Manajemen*. Volume 3 Nomor 1, Edisi Maret 2012, h.10-18. ISSN 2086-0688.
- Tambunan, Tulus, 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)*, Jakarta: LP3ES.
- Ulrich, D., 1997. *Human Resource Champions: The next agenda for adding value and delivering results*. Boston, MA, Harvard Business Review Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1995 Tentang *Usaha Kecil*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Koperasi dan UMKM.
- Wahyudiono, 2013. fenaro.narotama.ac.id/BSTRAK-UMKM.pdf.

Wirutomo, Paulus, dkk. 2003. *Paradigma Pembangunan di Era Otonomi Daerah*. (Memanusiakan Manusia). Jakarta: Penerbit CV. Cipruy.

CATATAN: Penelitian ini merupakan hasil dari Penelitian Hibah Bersaing tahun 2015 yang dibiayai dari Dikti.